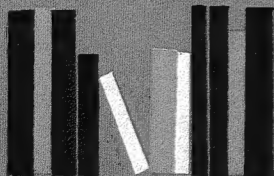
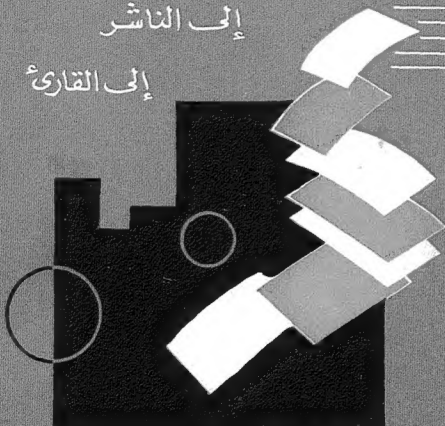


حساعة الكتاب

من المؤلف

إلى الناشر

إلى القارئ



تأليف راتيس ست. سميت

ترجمة الدكتور محمد علي العرياني

عصمت أبوالمكارم

محمود عبد المنعم مراد

تقديم الدكتور السيد أبو النجا

صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

نشر هذا الكتاب بالاشتراك

مع

مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

القاهرة - نيويورك

فبراير سنة ١٩٧٠

صناعة الكتاب

من المؤلف إلى الناشر إلى القارئ

تأليف
دائيس سي. سميت

ترجمة
عصمت أبو المكارم
الدكتور محمد عاوي العريان
محمود عبد النعم مراد

تقديم
الدكتور السيد أبو النجلا

الطبعة
المكتب العربي الحديث
طبعة والنشر
تأليف ١٩٧٠
مكتبة

هذه الترجمة مرخص بها ، وقد قامت مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر
بشراء حق الترجمة من صاحب هذا الحق

This is an authorized translation of A GUIDE TO BOOK
PUBLISHING by Datus C. Smith, Jr. Copyright © 1966 by
R.R. Bowker Co. Published by R.R. Bowker Co., New York,
New York.

المشتركون في هذا الكتاب

المؤلف

داتيس سي . سميت : عرف في آسيا والشرق الأوسط بأنه « السفير الأمريكي للكتب » ، وكان رئيسا لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر ، لفترة امتدت أكثر من أربعة عشر عاما . ثم انتقل في آخر سنة ١٩٦٧ نائبا لرئيس مؤسسة جون روكفلر الثالث . شغل من قبل عدة مناصب ، فكان مديرا لطبعة جامعة برنستون ، كما كان رئيسا لاتحاد مطابع الجامعات الأمريكية . وكان عضوا في مجلس إدارة جمعية ناشري الكتب الأمريكي . وعضوا باللجنة الأهلية .

وقد حصل على درجة البكالوريوس في العلوم سنة ١٩٢٩ . كما منحه جامعة برنستون درجة الماجستير الفخرية في سنة ١٩٥٨ اعترافا منها بإسهامه في نشر الثقافة عن طريق مؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر .

المترجمون

الدكتور محمد علي العريش . كان يعمل أستاذا للتربية في كلية المعلمين جامعة عين شمس ، كما كان خبيرا للأمم المتحدة بمعهد تدريب المعلمين بالخرطوم ، ويعمل الآن بجامعة ميامي ووسترن . حصل على ليسانس الآداب بقسم اللغة الانجليزية من كلية الآداب جامعة القاهرة مع درجة الامتياز سنة ١٩٢٩ ثم حصل على دبلوم معهد التربية العالي للمعلمين بالقاهرة مع مرتبة الشرف سنة ١٩٤٠ — درس في أكسفورد واكستر بانجلترا وحصل على دبلوم اللغة الانجليزية . ثم حصل على درجة الماجستير في التربية وعلم النفس من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٠ ، ودرجة الدكتوراه في التربية من جامعة كولومبيا سنة ١٩٥٢ . وكذلك عمل بدار التحرير للطبع والنشر . ترجم كتباً كثيرة من

بينها « النفس المثيقة » و « نظرات في الثقافة » و « أحاديث للمعلمين » و « النشاط المدرسى في المرحلة الثانوية » و « عندما يواجه المعلمون أنفسهم » و « نظرات في التعليم الثانوى » و « لماذا نعلم ؟ » و « البرجماتية » و « قاموس جون ديوى للتربية » و « أفكار وشخصية وليم جيبس » و « نافذة على الميدان » و « مشكلات الإباء والأمهات » ، وجميعها من الكتب التى أصدرتها هذه المؤسسة .

عصمت أبو المكارم : يعمل محاسباً قنونيا . حصل على بكالوريوس الحاسبة عام ١٩٤٦ وماجستير الحاسبة عام ١٩٤٩ ، عمل مراجعاً مسؤلاً في مكتب برابيس واترهاوس المحاسبين القانونيين في مصر والخارج . يمارس مراجعة وتخطيط وتنظيم حسابات مؤسسات القطاعين العام والخاص .

يتولى مراجعة بعض الشركات والهيئات في مصر والخارج . من بينها المؤسسات المتخصصة في النشر والطباعة .

محمود عبد القهم مراد : رئيس مجلس إدارة اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة والأمين العام للاتحاد العام للناشرين العرب والمدير العام لشركة دار المعرفة للطبع والنشر .

حصل على ليسانس الآداب من جامعة القاهرة عام ١٩٤٠ ثم دبلوم المعهد العالي للمصحفة والتحرير والترجمة عام ١٩٥٢ .

شغل عدة وظائف حكومية كما اشتغل بالإذاعة محرراً للأخبار ومعلقاً في مجال السياسة الدولية .

اشتغل بالصحافة عام ١٩٤٨ كاتباً ومحرراً ورئيساً للقسم الخارجى بجريدة المصرى ثم مديراً للتحرير حتى عام ١٩٥٤ . له كثير من المقالات والتعليقات والتحقيقات الصحفية وترجم عدة كتب في الأدب والسياسة

صاحب الخدمة

الدكتور السيد الصالح أبو القبا : تخرج من مدرسة التجارة العليا سنة ١٩٢٩ واشتغل بالتدريس في مدارس التجارة . ثم سافر في بعثة دراسية الى انجلترا حيث حصل على D.A.A. من لندن سنة ١٩٣٨ . وفي سنة ١٩٤٢ عين استاذاً للإدارة في كلية التجارة جامعة الاسكندرية . وفي سنة ١٩٤٦ ترك التدريس واشتغل في ميدان الصحافة حيث عمل مديراً لجريدة المصري ، وفي سنة ١٩٥٦ عين مديراً عاماً لدار اخبار اليوم . عين استاذاً غير متفرغ بكلية المعاملات بجامعة الأزهر عام ١٩٦٣ وفي نفس السنة عين عضواً بمجلس ادارة الأهرام ، ومشرفاً عاماً على دار المعارف بمصر ، ورئيساً لمجلس ادارة المعارف ببلنن . وفي يناير ١٩٦٧ عين رئيساً لمجلس ادارة المركز العربي للبحوث والادارة (آراك) . ألف كتاب « دراسة السوق » كما اشترك في تأليف كتابي اعمال السكرتارية (جزئين) ومبادئ الاقتصاد والتجارة (جزئين) .

محمد الفلاف : الفنان حسين بيكتر

المحتويات

صفحة	
تصدير بقلم أحمد رياض ابلاظة	ك
تقديم بقلم الدكتور السيد أبو النجا	م
نبذة عن هذا الكتاب	١
الجزء الأول — نشر الكتب والتنمية القومية	٢٤
الفصل الأول — فن التدبير والمترب العامة	٥
الفصل الثاني — شركاء في عالم الكتب	١١
الجزء الثاني — عملية نشر الكتب	٢٩
الفصل الثالث — اقتصاديات نشر الكتاب	٣١
الفصل الرابع — انشاء التحرير : افكار ضمن كتب	٥٥
الفصل الخامس — تحرير المخطوط	٧٥
الفصل السادس — تصميم الكتاب	٩٧
الفصل السابع — انتاج الكتاب : الطبع والتجليد	١١٥
الفصل الثامن — بيع الكتب	١٣٢
الفصل التاسع — الترويج للكتاب : تحريض الناس على شراء الكتاب	١٦٣
الجزء الثالث — انواع نشر الكتب	١٨٩
الفصل العاشر — الكتب التجارية وانواع أخرى من النشر	١٩١
الفصل الحادى عشر — الكتب الدراسية	١٩٧
الفصل الثانى عشر — كتب الاطفال	٢١٥

صفحة

٢٢٧	الفصل الثالث عشر - التوزيع الكبير
٢٣٧	الفصل الرابع عشر - نوادى الكتب وكتب الاشتراكات
٢٤٩	الفصل الخامس عشر - الترجمة : نافذة على العالم
٢٦٣	الجزء الرابع - البناء من أجل المستقبل
	الفصل السادس عشر - المكتبات ، ومعرفة القراءة والكتابة ،
٢٦٥	وتشجيع القراءة
٢٧٩	الفصل السابع عشر - التعاون بين الناشرين
٢٩١	الجزء الخامس - موضوعات خاصة
٢٩٣	الفصل الثامن عشر - حقوق النشر وعقوده
٣٠٣	الفصل التاسع عشر - بعض الملاحظات على محاسبة نشر الكتاب
٣١٣	الفصل العشرون - محل بيع الكتب بالقطاع
٣٢٩	الفصل الحادي والعشرون - التدريب الخاص بصناعة الكتب

تقديم
بقلم
أحمد رياض أباخلة
المدير العام لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر

لما كان مؤلف هذا الكتاب جهذا من جهلذة هذا الفن « صناعة الكتاب » ، اذ قد عاش منذ بدء حياته العملية في هذا المصنع ، متيرا لمطبعة جامعة برنستون ، ثم فيما لمؤسسة فرانكلين للطباعة والنشر حقبة اريت على ستة عشر عاما ، يشارك بفكره وادارته في كل حقيق وجليل من هذا العمل ، ويعايش الكتب وهو جنين ، الى أن يولد ، ثم يشب ، ويترمرع فيصير خلقا سويا يمشی في الاسواق ، تتناوله الايدي ، وتتغذى به العقول .

وهذه الحقبة الواسعة خولت له الطواف بالعالم زهاء اربع عشرة مرة ، فمن أمريكا الى أوربا . ومن آسيا الى افريقية ، وهو في كل هذه الجولات لاهم له الا الكتب وصناعاته ، يعطيه من مواعبه وحسن نوقه ، ويزداد بما يعالج تجربة فوق تجربة ، مشاركا ذوي الالباب ، في هذا الباب ، الآراء والخبرات . حتى اذا تجملت له من ذلك كله حصيلة صلبها في كتابه هذا املا في أن يستفيد به المستفيدون ، ويستعين به الراغبون .

اقول لما كان ذلك كذلك ، انجعت حين قررت المؤسسة نظه للغة العربية الى أن يقوم بهذا النقل الأمين الحقيق نخبة من المشهود لهم بالكتابة المالية فكل من حظ الاستاذ الجامعي الدكتور محمد على العريان استاذ التربية ، وهو علم في التأليف والترجمة — أن يضطلع بترجمة القسم الخالص باختيار موضوع الكتب وتأليفه أو ترجمته ، وتجهيزه والتمييز بين الاتواع المختلفة من الكتب .

أما الاستاذ محمود عبد المنعم مراد — رئيس اتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، والأمين العام لاتحاد الناشرين العرب — فقد تولى ترجمة القسم الخاص بإنتاج الكتب ، من حيث الطبع ، والإخراج — حجما وتجليدا وشكلا — وكذلك حقوق النشر المترتبة على ذلك .

وأما الاستاذ عصمت أبو المكارم — ماجستير في المحاسبة — والمحاسب القانوني ، ومراجع حسابات دار المعارف ، وفراكتلين ، واتحاد الناشرين بالجمهورية العربية المتحدة ، وغيرها من دور النشر والتوزيع فقد عهدنا إليه بترجمة القسم الخاص باقتصاديات نشر الكتب ، تكاليف ، وبيعا ، ومحاسبة ، الخ .

أما صاحب المقدمة فهو زجل يعترف بقدرته وبراعته وحسن إدارته ووزير عليه كل من عمل أو تعامل معه ، وهو استاذ لجبل كبير نلجج من رجال الصحافة والإدارة والنشر والإعلان ، هو استاذنا الدكتور السيد أبو النجما .

ولعلنى أطمئن بهذا اننى إعطيت القوس بارئها ، وأسكتت ألدان باتئها — على حد ما يقول المثل العربى .

ولقد استحثت سمر الكتب فى خطوانه المتتالية حتى أحقق لنائشره بالعربية « المكتب المصرى الحديث » بالاسكندرية رغبته أن يظهر ويكون فى أيدى قرائه أبان قىام « معرض الكتب الدولى » الثانى الذى تنقته هيئة التأليف والترجمة والنشر فى القاهرة ابتداء من ٢٩ يناير سنة ١٩٧٠ ليكون النفع به أوفى ، والجدوى منه أكمل .

والله ولى التوفيق

تقديم
بقلم

الدكتور السيد الصادق أبو النجا

يمعبنى في هذا الكتاب أنه وضع يده في « زكية الفهم » من أول صفحة . لم يكتب بالمبدأ والنظر ، وإنما عالج التطبيق والممارسة . لم يقل للقارئ « ماذا » وإنما قال « كيف » . لم يطف فوق السطح ، بل جال في الأعماق . قام برحلة وصفية في أذهان المؤلفين ، وقام برحلة استكشافية بين أمزجة القراء ، ثم ضم آثار الرحلتين ليؤلف بينهما وكأنه خاطب يسعى إلى جمع راسين في حلال ! أما الناشر فقد فتح الكتاب دفتاره ليقرأ أرقامها ، وفتح مطابعه ليعد الآتيا ، وفتح مكتباته ليفصل مهلهما في بيع الكتاب .

ويمعبنى في هذا المؤلف أنه لم يعالج الكتاب كرسالة ، وإنما عالجها كصناعة ، فالرسالة كتب فيها الأولون نثرا وشعرا ، والرسالة أرهتها المؤلفون بالمعالجة لأنها أسهل ما يطرقون ، فهي مجرد أخلاقيات وشعارات واقتباس من الأدباء والتقاليد واستشهاد بأقوال الحكماء والفلاسفة . كلام مزوق ومعاد في قوالب مختلفة وإن لم يختلف عليه ناس ولم يعترض عليه أحد . وقد يردده المؤلف ليرضى نفسه ويستطلي بذاته قبل أن يكسب له انصارا أو يرد عنه خصوما .

إن الكتاب رسالة منذ نزلت الكتب السماوية وصدرت كتب التفسير . والكتاب رسالة منذ عالج مشاكل البشرية ومطالب الفقراء وأمراض المصابين . ولكن من الكتب ما نجح في أداء رسالة على أوسع نطاق ، ومنها ما بقى رهين المخازن لا يستطيع أن يبرحها ليضع نفسه تحت أعين القراء . إن من يقول إن الكتاب رسالة كمن يقول إن البطافة من الإيمان . ومن يقول أنه صناعة كمن يقول إن البطافة ماء وصلبون وثلاجة ومجار تحت الأرض .

والصناعة هي التي هيات للكتاب الاول أن يروج وحكمت على الكتاب الثاني بالفشل . ذلك لأن في الاول مقومات السلعة الجيدة من مادة طيبة ، وورق جيد وطباعة اتيقة . وفي الثاني من دواعي الفشل عرض سيء ، وأحرف مشوهة وحبر رديء وتجليد رخيص .

ان الكتاب سلعة كسلتر السلع ، لا يأخذ سبيله الى الاسواق برسالة وحسب وانما يشق طريقه بها وبمقوماته السابقة ، ويسمره المنافس ، وتسويقه العلمي ، وتمويله المدروس ، وبإعلان عنه في جميع مظان الطلب عليه . على أن الكتاب اذا لم يتمكن من بيع نسخه فهو لم يتمكن من أداء رسالة ، لان التوعية لا تتم الا حين تتم اللقيا بين المؤلف والقارئ فوق صفحات الكتاب ، فاذا لم تحدث هذه اللقيا فيالخبية المؤلف فيها سطر من رأى ، وبالخبية الناشر فيها دفع من مال ، وبالخبية الطالب فيما انجز من ملازم ، وبالخبية الموزع فيما بذل من جهد ، كل هذا أصبح عبثا لأن القراء لم يستفيدوا منه . انه وليمة عرض عنها الطاعمون !

والكتاب قد يكون من السلع الميسرة ... Convenience goods اذا كان موضوعه علما كالمصاحف والكتب الدينية والمدرسية والقصصية وكتب الاطفال . وقد يكون من السلع الخاصة Speciality goods اذا كان علميا أو فنيا أو من كتب التراث أو الموسوعات والإطالس والقواميس .

والكتب الميسرة يلعب فيها السعر والإخراج دورا كبيرا في تكييف الطلب عليها ويعلن عنها عادة في الجرائد والمجلات . أما الكتب الخاصة فالهم فيها موضوعها واسم مؤلفها ونشرها . والاتجاه في بيعها يكون رأسا الى المستهلك الآخر وهو القارئ ثم الى المكتبات العامة Libraries والمعاهد العلمية Scientific institutes ولذلك يحسن الاعلان عنها بالبريد .. direct mail وفي الصحف المهنية trade papers .

ومهما يكن نوع الكتاب فهو يتميز في انتاجه بأنه منجم ذهب أو بئر فلوس . إن معظم نفقات طباعه لا تنثر كثيرا بعد النسخ ، فالصنف والتصوير

والتوضيب والتصحيح والمرونة الإدارية كل ذلك يكاد يكون ثلجا بقطع النظر عن توزيعه . وحقوق التأليف لا تقل على كل حال عن حد معين ، ولا تريد دائما بنسبة زيادة المبيعات . ومن هنا كلفت أهمية التسويق في ميدان النشر . فكلما زادت المبيعات من كتب ارتفعت أرباحه بنسب متزايدة . وإذا قلت مبيعاته عن مستوى معين أصبحت خسارته محققة .

ويتميز الكتاب عن الصحيفة بأن ثقافته رأسية انتقائية Selective ولذلك يتجه الى جمهور محدود . أن القارئ يتناول مادة الكتاب فيبضغها مضغاً ، بينما يتناول مادة الصحيفة فيبتلعها ابتلاعاً . وقد جنحت المجلات أخيراً الى معالجة بعض الموضوعات في عمق عن طريق الاستطلاعات فزاحمت الكتب في بعض الميادين .

ولكن الكتب دأبت عن نفسها بالالوان والاخراج والطبع على القماش أو على الورق بعد معالجته معالجة لا تتأثر بالرطوبة أو الاحماض كما في الكتب الطبية التي تدخل المشرحة .

ثم ماذا ؟

ثم أن النشر في أوروبا وأمريكا صناعة تحمل رسالة . ودخله في فرنسا يأتي قبل دخله من صناعة التفتالت . ولكنه في البلاد العربية لا يزال في حاجة الى معونة الحكومت ، لأنه لا يصدر عن مؤسسات مالية — ولا أقول تجارية — كما أنه لا يزال محصوراً في الموضوعات التقليدية من أدب وقرات .

ولعل مما يدفع الناشرين الى الاتكبل على كتب التراث أنهم لا يدفعون فيها حقوق تأليف . وقد وجدوا أن استيراد الافلام المصورة من الخارج أرخص من تصويرها في الداخل فاستغنوا عن فصل الالوان في مطبعهم وبذلك أصبحت الكتب العربية صوراً من نظائرها في الخارج ولم تعد لها الشخصية المتميزة والسمعة العالية .

Bibliography والناشرون العرب لم يشتركوا حتى الآن في مجل موحد

ليكون كل منهم على علم بالمؤلفات التي ظهرت : ولذلك تظهر كتب في إحدى العواصم العربية سبق أن نشرت في عاصمة أخرى مما يكلف الناشر نفقات كان في غنى عنها .

وكتب الاطفال لا تزال ساكنة Static لا حركية Dynamic
فعمليات التفسير والتجسيم وتركيب اللوالب والزمائر لم تدخلها بعد .

والكتب الطبية ينقصها ابراز الشرايين والأوردة عند التصوير . وينقصها في الرسم ايضاح الحركة الدموية من القلب الى الرئة واستخدام البلاستيك والورق الشفاف لتكوين هيكل كلى من اجزاء موزعة على الصفحات .
ان ضيق السوق العربية قد يكون مسئولا عن بعض هذا التخلف .
ولكن لا يزال في وسع الناشرين مع ذلك ان يفعلوا الكثير . وهذا الكتاب مساهمة جادة من مؤسسة فرانكلين في الاخذ بأيديهم الى ما يرغبون .
وماذا بعد ؟

أما بعد ، فان الدكتور محمد على العريان رجل واسع المعرفة كثير المؤهلات ، وقد ترجم من قبل لمؤسسة فرانكلين عددا كبيرا من كتبها ، فمن الطبيعي ان يقوم بترجمة أكثر الفصول في هذا الكتاب .

والاستاذ محمود عبد المنعم مراد هو رئيس اتحاد الناشرين في الجمهورية العربية المتحدة ، وقد كان صحفيا مرموقا ثم أثر صناعة الكتاب . فاشترآه بترجمة الفصلين السابع والثامن عشر متعة نفسية تستحق مؤسسة فرانكلين منه الشكر عليها ، وعشرات الالوف من القراء مستعدون ليردوا له هذا الشكر .

وأما الاستاذ عصمت ابو المكارم فهو رجل أرقام ، وأرقامه في معظمها من نوع خاص يتصل بنشر الكتاب ، ولذلك احسنت مؤسسة فرانكلين حين استفلت فيه هذه الصفة الغالية .

ان المترجمين الثلاثة نقلوا عن عدد كبير من الذين اشتركوا في وضع هذا الكتاب . وأنا لا اعرف منهم احدا ولكن لا بد انهم مجموعة متكاملة من الفنانين في صناعة النشر ، والا فكيف تبني لهم اخراج هذا الكتاب القيم

نبذة عن هذا الكتاب

ليس في وسع امرئ أن يتعلم عن نشر الكتب من كتب ، وإنما يتعلم ذلك بالتجربة والعمل والممارسة والأداء . وثمة ناشرون راسخون في المهنة في شتى أنحاء العالم ، في البلاد التي اكتملت لها أسباب التقدم والنمو والبلاد التي هي في سبيل التقدم والنمو سواء بسواء . وهؤلاء الناشرون الراسخون اثبتوا نجاح طريقة التعلم بالتجربة والعمل والممارسة والأداء ، لا مرأى . ذلك انهم افلحوا وحالفهم التوفيق بعد أن بداوا على أول الدرب وليس في جعبتهم سوى العقل والمزينة والطاقة واليسير من رأس المال .

وهذه الحقيقة خليقة بأن تثير السبيل لأولئك الذين يسيرون على أول الدرب في مهنة نشر الكتب في الدول النامية في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ، وأن تبعث في نفوسهم التفاؤل والتشجيع والمثابرة .

وليس ثمة ريب في أن هذا الكتاب موجه بصفة خاصة الى هذه الفئة من الناشرين في تلك البلاد الذين هم على أول الدرب أو في وسط الشوط .

ومن سار على الدرب وصل وهو بالغ نهاية المطاف اذا اراد

على أن هذا الكتاب لا يبتغى سوى أن يشرح ويفسر المبادئ العامة لنشر الكتب ، وأن يزود القارئ بطائفة من المعلومات والبيانات التي يتخذها بمثابة اطار للمراجعة والتثبت بالقياس الى الأمور التي يتعين على الناشر أن يفقهها ويتعلمها ، لا مناص ، وهو يمضي في طريقه من أول الشوط الى نهاية المطاف .

ومن المسلم به أن المبادئ العامة تكاد تكون واحدة في أي مكان ، ولكن الظروف التربوية والاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات التي يزودها نشر الكتب بهذا الشرب من الخدمات ، تختلف اختلافا بينا في مختلف أجزاء العالم .

بيد أن التسويغ الممكن لهذا الكتاب هو أنه يحلّول أن يسرد بعض العموميات في نشر الكتب التي تتسم بطابع عموم التطبيق وعموم السريان على أية ثقافة، ثم في نفس الوقت، وحيثما يكون ذلك ممكنا، عندما نضع في الحسبان مثل هذه الظروف المتباينة القائمة في مناطق العالم النامية ككل، بالقياس الى صلاحية المادة وملاءمتها للقراء الذين يستهدفهم الكتاب في تلك البلاد .

ولا مراة في أن الكتب الكثيرة الأخرى عن نشر الكتب ، وأن كان معظمها ينصب أساسا وتركيزا على الظروف والأحوال في المجتمعات ذات الصناعة الدقيقة المعقدة في الطباعة والنشر ، يمكن أن تكون ذات قيمة كبرى وفائدة عظمى لقراء هذا الكتاب الذين يبتغون متابعة المزيد من الدراسة لبعض النواحي والزوايا الخاصة للمشكلة العامة .

وانصافا للحقيقة فإن فصول هذا الكتاب لا تكاد تمس سوى سطح القضايا المعروضة . وهناك مراجع ومصادر أخرى تشير الى طائفة قليلة منها في قائمة المراجع ، وهذه كفيّة بتزويد القارئ بالتفاصيل المفيدة .

ولكن الرسالة الرئيسية التي يطيب لن أسهموا في هذا الكتاب أن يبلّغوها لقرائه هي أن إلزاما على كل بلد على حدة أن يصطنع طريقته ووسيلته وسيله الخاص في نشر الكتب بما يتفق وظروفه وامكاناته المتاحة .

وفي وسع كل منا أن يتزود بأفكار من ملاحظة ما يجري في البلاد الأخرى ، وهذه الملاحظات خليقة بأن تكون ذات جدوى ونفع بحد ذاتها وبمثابة حوافز للأفكار أو بدايات أفكار توضع أقدامنا على أول الدرب في تفكيرنا ووعينا وسعيينا على نحو موصول .

ولكن المحك النهائي لنا جميعا هو ما نفعله نحن أنفسنا وننجزه ، أداء وعمل .

وعلى هذا فإن هذا الكتاب ، يقدم نفسه ، على استحياء وقواضع ، كنوع من التحفيز على الأفكار وليس كوصفة يمكن أو يتحتم اتباعها بدقة في أي بلد كما لو كانت بلسما شافيا يتعين تنفيذه بهذا أغيره .

الجزء الأول
نشر الكتب والتنمية القومية

الفصل الأول

فن التدبير والمآرب العامة

فى اى بلد سواء اكان مكتمل النمو ام فى سبيل النمو والتطور ، فان صناعة الكتب تعتبر صناعة صغيرة بالقياس المالى .

ولكن تماما مثلما يستطيع محول صغير ان يحرك ويضبط آلة ضخمة او جهازا كهربيا يحمل الطاقة الى مناطق بعيدة ، فكذلك نشر الكتب يعتبر أيضا « مفتاحا » .

ولعل هذه الحقيقة ليست مفهومة ولا مقدرة لدى الناس الذين هم خارج نطاق الميدان .

ومن ثم فمن اهم العوامل فى الخطة الكبرى لتنمية الكتاب فى اى بلد هو ضرورة شرح وتفسير حقيقة الدور الذى يؤديه نشر الكتب كمفتاح للتنمية التربوية والاجتماعية والاقتصادية ومن ثم ، للمواطنة الصحيحة . وأن يبلغ هذا التوضيح للرأى العام ، او على الأقل لمن بيدهم زمام التخطيط القومى .

وعلى المستوى العملى فى اقصى درجاته ، وفى لغة وأسلوب يسهل فهمه واساغته واستيعابه عند الناس خارج عالم الكتب ، فان الفكرة يمكن تبسيطها الى اقصى حد بالقول بأن التربية هى الثمر الأساسى من أجل التنمية الاقتصادية ، وأن الكتب هى الادوات الأساسية للتربية والتعليم . وعلاوة على ذلك ، فانه اذا اريد للكتب أن تكون نافعة حقا ، فيجب أن تلبي الحاجات الحقيقية للقراء واهتماماتهم .

والكتب الأجنبية ، اذا كانت باللغة المناسبة ، يمكن أن تكون مفيدة بطرق كثيرة لبعض أنواع القراء ، بل في الواقع من الأمر فإن حقيقة أن الكتب ترد من الخارج ، بالنسبة لبعض فئات القراء في المستويات العليا ، لها مزايا محققة مردها الى أنها تعرض وجهة نظر عالمية . بيد أنه بالنسبة لمعظم قراء الكتب في معظم الدول فمن إلزم ما يلزم أن تنمو الكتب من التربة المحلية وتتغذى بلبابها وعناصرها .

وبصرف النظر تماما عن مسائل الكبرياء القومية ، والرغبة الطبيعية لمعظم الدول في أن تكون لها صناعة كتب محلية تملكها وتدير دفتها ، فإن الحاجة الى صناعة كتب محلية مطلوبة فعلا وضرورية فعلا مهما تكن فرص استيراد الكتب من الخارج متلحة وعلى أوسع نطاق مستطاع ، لأن ذلك ضرورى للتنافس القومية وللإخصاب الثقافى ، ولإثراء الفرص للتعبير الذاتى للمفكرين والكتاب والفنانين القوميين ، ولتزكية الشعور بالوحدة القومية ، وكذلك الإحساس المشترك بالتراث التاريخى .

بيد أن الحجة التى لها وزن خاص عند القادة القوميين وأولى الأمر ، اذا بدا لهم أن الحجتين السابقتين لهما رنين « فلسفى » جدا ، هى أن القراء من الناشئة ، أو الكبار الحديثى العهد بالقراءة بعد محو أميتهم ، يتعين إثارة اهتمامهم وشغفهم ، اذا أريد لهم أن يتمتعوا بثمرات فن القراءة التى اكتسبوها حديثا ، ويتعين أيضا أن يكون لديهم شعور بالمتعة والفائدة اذا أريد لهم أن يواصلوا القراءة .

والقراءة الحرة التلقائية ، تمثل أرخص ضروب التعليم ، وهى خليفة بأن تنتمى على كل الصعوبات الأخرى بما فى ذلك نقص المعلمين الجيدين - وهى قديمة بأن تؤتى أكلها اذا توافرت الكتب الجيدة التى تتناول الحقائق الميسورة الفهم والأوضاع التى تمس حياة القارئ فى خبراته .

وليس معنى ذلك التهوين من شأن فائدة الكتب ذات الطابع المتخصص

الواسع الأفق ، التى تمكس ثقافت البلاد الأخرى ، والتى من شأنها أن توسع أفق القارئ .

بيد أنه ليس ثمة جدوى أو مسوغ بالنسبة للمبتدئين من القراء فى قرية آسيوية أو أفريقية أو إحدى بلاد أمريكا اللاتينية فى تناول الحديث عن المترو أو قطار تحت الأرض فى مدينة نيويورك ، أو فى الإشارة الى جغرافية وطعام وأدوات ، وملابس ، والعلب ، وحيوانات المزرعة ، وأشجار وأزهار ، وأشكال الحكم وسير الأبطال القوميين ، الخ ، الخ ، وهلم جرا من الأشياء والأحياء مما يقع خارج نطاق خبرة القراء تماما .

فإذا ما اقتنع القادة وأولو الشأن فى البلاد المختلفة بأن وطنهم ينبغى أن يكون له صناعة قومية للكتب قائمة بذاتها ، أو ينبغى أن يدعموا صناعة الكتب القائمة لديهم والتى بدأت ، فإن الخطوة التالية هى اقناعهم بالخطوات العملية التى يجب اتخاذها لبلوغ هذا المآرب .

ومن ضمن هذه الخطوات قد تكون ثمة أمور عملية مثل رسوم الجمارك على المتاد والورق وغيرها من المواد ، والتراخيص اللازمة للنقد الإجنبى المخصص لشراء هذه المواد، وإجراءات البريد ، وتحسين وسائل نقل للكتب، وقرارفنون تضفيد الكلام ضمن دراسات مدارس التدريب المهنى، وإنشاءنظم المكتبات العامة فى المدارس والقرى ، والسماح للمعلمين وغيرهم من الموظفين الحكوميين بقبول ماتبرد عليهم كتبهم من مال نتيجة لحقوق الطبع والنشر ، وإنشاء نظم للقروض الصغيرة لنشرى الكتب ، وغيرها وغيرها من الشئون التى تمس هذه القضايا .

على أن المشكلات لابد أن تختلف من بلد لآخر طبعا . فثمة دول كثيرة التعداد فى وسعها أن تتدفع وتقدم مباشرة بحيث تخوض فى مشروع ضخام كامل لتنمية وتطوير نشر الكتب ، فى حين أن بعض الدول الصغيرة التى لا يمكنها أن توقع ، فى المستقبل القريب على أى حال، مليمكن أن يوصف بأنه تظور أو نمو كامل فى هذا المضمار ، يمكنها على الأقل أن تشرع فى الاستعداد

والتهديد ، وربما أيضا في انتاج وصناعة الكتب الدراسية للفرق المدرسية
في المرحلة الاولى .

وثمة امكانات تتيح التنمية الاقليمية بين بعض الدول ذات اللغة الواحدة .
وثمة امكانات للانتاج المركزى ، على الاقل جزئيا للدول المجاورة التى يكون
فيها عدد السكان قليلا لدرجة لا تسوغ ، ولا تمكن ، من اقامة او دعم سبل
وتسهيلات للانتاج الكامل فى كل منها على حدة . وعلى سبيل المثال فى هذا
الصدد ، فان مشروع اليونسكو المنظم للانتاج المركزى للكتب الدراسية فى
الكاميرون قصد به أن يخدم ، ليس فقط دولة الكاميرون فحسب ، وانما أيضا
جابون والكفغو وجمهورية افريقيا الوسطى وتشاد .

وجدير بالتنويه فى هذا السياق ، انه من بين كل الدول التى تتحدث
الاسباقية فى أمريكا اللاتينية فان المكسيك والارجنتين فقط هما اللتان أنشأتا
وطورتا صناعات كاملة لنشر الكتب .

بل ان الدول ذات الحجم الواحد تماما قد تتطلب حلولاً مختلفة . فلبنان
مثلا تلك الدولة الصغيرة الحجم والتى لا يزيد عدد سكانها على مليون نسمة
الا قليلا ، ولكنها ذات جنود راسخة عريقة فى التجارة ، قادرة على المحافظة
على صناعة كتب عربية تعتبر من اهم الصناعات فى هذا المجال ، وترتكز بصفة
اساسية على التصدير . فى حين ان دولة مثل ليبيا لها نفس العدد من
السكان تقريبا ونسبة التعليم فيها أقل بكثير منها فى لبنان ، وأهلها يتكلمون
بعدد مختلف من اللغات الالهية ، تستعمل لغة غير أفريقية (هى الانجليزية)
كلغة قومية ، ونظامها التعليمى لم يصبح نظاما حديثا الا منذ عهد قريب ، وليس
عندها تقاليد راسخة فى ميدان التصدير الواسع النطاق للسلع الاستهلاكية .
أو لنضرب مثلا آخر بزواج آخر من الدول : اندونيسيا وباكستان .

فاندونيسيا التى يبلغ تعداد سكانها مليروا على مائة مليون نسمة يعيشون
على ثلاثة آلاف من الجزر ويتحدثون عبيدا من اللغات الالهية ، أقلحت فى
انشاء لغة قومية ، ونجحت فى برنامج واسع لحو الامة لدرجة مثيرة ، وعندها

صناعة كتب قادرة جدا وأن كانت لا تزال معوقة اقتصاديا . في حين أن باكستان ، التي لها نفس العدد تقريبا تقع في شطرين يفصلهما ألف ميل وتحدث عددا مختلفا متنوعا من اللهجات الالهية وأن كانت تستعمل لغتين قوميتين مختلفتين (الندية والبنغالية) التي تشترك فيها مع الهند ، في حين أن لغة أجنبية (هي الانجليزية) هي اللغة السائدة الاستعمال الى حد كبير في الدوائر الحكومية والنظام التعليمي .

ولن يجازف أحد بالقول بأن النظام الذي يصلح لبلد مثل لبنان ، يصلح أيضا لبلد مثل ليبيا أو يتيسر تطبيقه هناك ، أو أن اندونيسيا والباكستان يتعين عليهما أن ينسجا على منوال واحد ، سواء بسواء في هذا الميدان . وانهلن الشطط أيضا ومجافاة الواقعية أن نفترض أن وسائل النشر وطرائقه التي نمت ببطء من تربة فرنسا أو بريطانيا على مر القرون ، أو غيرها ممن انبثقت بغثة من الظروف الخاصة المعينة في شمال أفريقية يمكن نقلها جبلتوبرمتها وكما هي الى دول آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

بيد أن الناصر في أي بلد ، يستطيع أن يدرس خبرة نشر الكتب وطرقها الراهنة في المناطق الأخرى ، وفي وسعه أن يزيد ويرجح وينظر ويفاضل ويقارن بينها جميعا ، ثم يقرر أيا منها تصلح للتطبيق في بلده ، مع شيء من التعديل السليم أو التكيف المناسب .

فاذا ما وضع نصب عينيه مثال الآخرين الذين سبقوه في هذا المضمار ، والحيل والتدابير التي اصطنعوها ، ففي وسعه أن يتبين هل في الامكان اصطناع طرائق جديدة أم لا . فاذا ما اكتشفت معرفته بأنماط اقتصاد وجغرافية وتاريخ وتعليم ولغة وبلده ، ففي وسعه لامراء ، أن يخترع سبلا ووسائل لصناعة ونشر الكتب ربما لم يسبق لغيره استعمالها من قبل .

ولكن سواء أسار على درب من سبقوه وانتهج السبل القديمة ، أم اصطنع طرائق جديدة من لحنه ، فإن في وسعه أن يخدم النمو والتطور الاقتصادي لوطنه ، وأن يسهم في تحقيق آماله المرجوة في البناء والنمو .

ولعل الغرض الوحيد من هذا الكتاب ، هو تزويد القارئ بفكرة عامة عن بعض الوسائل في نشر الكتب التي استعملت في الدول المختلفة ، ابتغاء إثارة التفكير الخلاق وتنشيطه ، وعلى أمل أن يبتدع القراء لأنفسهم وسائل لنشر الكتب تتلاءم مع أوضاعهم المحلية وتتناسب تناسباً سوياً سليماً مع الحالة الخاصة والظروف الخاصة لبلادهم كل على حدة .

شركاء في عالم الكتب

ان تعاون الفريق لازم لانتاج الكتاب ووضعه في أيدي القراء •

ولكل عضو في الفريق دور ضروري يؤتيه ولا غنى عن أى واحد منهم •

وأيا ما كانت المرحلة التي بلغها بلد من التطور ، ومهما يكن خط اقتصاده من البساطة أو التعقيد ، فلا بد من وجود أو خلق عناصر أربعة ، اذا أريد ان تكون ثمة صناعة كتب :

والعناصر الثلاثة الاولى تعتبر في حكم البديهيات المقررة التي يسهل فهمها :

١ - المؤلف الذي يكتب المخطوط •

٢ - الطابع الذي يحول المخطوط الى طبعة من الكتب •

٣ - بائع الكتب الذي يعرض الكتب التي أنتجت •

ولكن الشريك الرابع هو الذي يحتل المركز الرئيسي والذي يعتبر عمله أقل الاعمال فهما من جانب الناس الذين هم خارج ميدان الكتب ، وهذا الشريك هو : الناشر ، فالناشر هو المدير والمخطط والمنظم للمشروع برمته ، وهو الذي يجمع الشركاء الثلاثة الآخرين معا • وهو الذي يأخذ عادة بزمام المبادرة في المغامرة في مشروع نشر الكتاب •

هؤلاء العناصر الاربعة في نشر الكتاب ، لازمون دائما •

وحقيقة أن شخصا واحدا أو مؤسسة قد تقوم بأكثر من عمل واحد من هذه الاعمال ، لا تعتبر حقيقة أن أربعة أعمال لابد من انجازها ، ضربة لازب •

ولنضرب مثلاً متطرفاً ، على سبيل التوكيد : لنفرض أن مؤلفاً غنيا يملك مطبعة وأنه يطبع كتاباً ألفه بنفسه ، ثم يبيع هو نفسه كل النسخ للناس الذين يأتون إلى محله .

في هذه الحالة ، ثمة رجل واحد يؤدي الوظائف الأربع بأجمعها — حتى وظيفة الناشر ، حيث أنه هو الشخص الذي نظم العملية وديرها وزودها برأس المال (وفي هذه الحالة ، وما أسهل الأمر !) « جمع الاطراف المعنية بالامر معا » .

ولكن كانت لا تزال ثمة أربعة أعمال مميزة واضحة يتعين أداؤها وهي : عمل المؤلف ، والطابع ، وبنائع الكتب ، والناشر .

وفي بعض أجزاء العالم يملك الناشر الكبار أحياناً دور الطباعة الخاصة بهم ، ومحال بيع الكتب (المكتبات) أو (بالمعكس) يخوض الطابعون وأصحاب المكتبات ميدان نشر الكتب .

وفي المناطق حيث يكون النشر كمهنة متخصصة لم يتطور بعد ، فإن المؤلفين أنفسهم يضطلمون بمسئولية الناشرين ، ويكون المؤلف هو الناشر في آن ، وما عليه الا أن يدبر الأمر مع الطابع ليصنع الكتب ، ثم يتولى المؤلف بعد ذلك بيعها إلى مكتبات بيع الكتب ، أو يبيعها مباشرة إلى المشترين .

ولكن ، ولا جناح علينا من التكرار هنا ، لكل كتاب ينشر للبيع : مؤلف وطابع وبنائع كتب ، وناشر . وهذا الفصل يهدف إلى القاء نظرة فاحصة على وظيفة كل واحد من هؤلاء وبصفة خاصة على علاقة الشركاء الثلاثة الآخرين بالنسبة للشخصية المركزية الرئيسية في هذه الشركة الا وهو الناشر .

وفي سياق آخر من الكتاب سوف نتناول بالفحص والتحليل ، وفي شيء من الإيجاز أعمال ووظائف الشركاء الإضافيين الذين قد يؤدون أو لا يؤدون أدواراً في مواضيع معينة من نشر الكتب : مثل وكلاء الاعمال الادبية ، وبنائى الجملة ،

والموزعين العموميين ، الخ^١ . ولا مراء فى أن عمل المعلم وأمين المكتبة يدخلان فى كل شيء آخر .

ولكن الاربعة الشركاء الاساسيين الناشطين فى نشر الكتب هم :

١ - المؤلف

المؤلف هو خالق او صائغ الافكار التى ستنتشر على الملا عن طريق الكتاب . وهو منظم الكلمات والصور والخرائط والجداول ، الخ . التى تعرض فيها الافكار وتقدم للقارئ .

وعلى الرغم من أننا دائماً نفكر ، عادة ، فى المؤلف بصيغة المفرد - مثل شكسبير والامام الغزالي ، وسيرفانتيس وكامونز ، الخ - الا أن كلمة المؤلف بالمعنى القانونى فى علاقات التعاقد مع ناشر قد تكون جماعة او مؤسسة بل وربما تكون حكومة من الحكومات ، او هيئة دولية مثل اليونسكو .

والمؤلف هو المالك الاول لحق نشر العمل الذى خلقه وهو عادة يسعى الى بيع هذا الحق - او تأجيله لاجل مسمى او النزول عنه - لناشر يتولى اعادة انتاج المخطوط بطريقة ما للتوزيع على الناس تحت تدبير او آخر من النظم التجارية السارية والتى سنفحصها فى سياق لاحق . ولكن ، حتى يتم الانن لشخص آخر ، فان المؤلف هو المالك الوحيد لحق النشر ، اذا أثر ألا يشرك بقية العالم فيما كتبه ، فليس ثمة ماحول دون ان يخفى المخطوط او يقبره او يحرقه اذا شاء .

ولكنه اذا اراد فعلاً أن يشرك بقية العالم فيه ، فان المؤلف يستحق شيئاً من الجزاء او المكافأة من المجتمع ، لقاء ما اعطاه له . وهذا أمر معترف به ، عموماً ، فى عرف معظم الدول وبصفة خاصة فى قوانين الدول التى لها تشريع معمول به فى هذا الموضوع .

بيد أن الامور لا تمضى دائماً على الصراط المستقيم ، والرياح لا تجرى دائماً بما تشتهى السفن ، لذلك فمن المعترف به أيضاً ، عموماً ، أنه ينبغى وجود

علاقة ما بين عدد الناس الذين يستعملون الكتاب وحجم المكافأة التي ينالها المؤلف .

وحماية حقوق المؤلف تحت هذا المبدأ العام هي الفرض من قوانين حقوق التأليف المعمول بها في الاجراءات الكثيرة المتبعة في تجارة وتسويق الكتب حتى عندما لا ينص عليها في القوانين .

والسبب المكين وراء هذه القوانين والاعراف ليس فقط ضمان العدالة العامة المشتركة للأفراد ، ولكن أيضا لتشجيع التأليف ابتغاء المصالح العام للمجتمع . وفي الواقع من الامر ، فان المجتمع يقصد أن يعطي المؤلف احتكارا للعمل الذي أنتجه .

ومن المقصود انه باذنه وحده ، ووفق تدابير وظروف يوافق عليها ويرتضيها ، فان في وسع الآخرين أن يأخذوا حق عمل نسخ متعددة من مؤلفه .

وعلى الرغم من وجود فروق بين قانون حقوق التأليف وقانون امتياز أو براءة الاختراع الآلي المسجل ، فثمة تشابه أساسي ، فالمؤلف هو المخترع لكتابه ، ولان المجتمع يريد تشجيع كلا التأليف والاختراع الآلي ، فهو يسمي الى مساعدة كلا الكاتب والمخترع الآلي لكي يحمى حقوق الملكية الخاصة بما خلقاه وابتدعاه واختراعه . وليس ثمة ريب في إمكان سرقة للملكية الادبية كما هو الشأن في سائر الأنواع الأخرى . ولا مراء في أن الناشر الذي يصدر عملا ، دون إذن من المؤلف ، ودون أن ينفق له أي أجر فهو لص أو قرصان .

(بيد أنه في وسع أي مؤلف اذا شاء ، من قبيل الاريحية ، أو بسبب الإهمال البحث أو عدم الاكتراث ، أن يقدم عمله للناس بلا مقابل بأن يحول الى شخص ، عمدا أو مصادفة ، السلطة في إنتاج وبيع المؤلف . أو قد يجعل الاقتدار الى قوانين حق التأليف أو سوء تطبيق هذه القوانين ، من العسير على المؤلف أن يحمى حقوقه المفروضة . أو بوساطة العقد المكتوب قد يمهّد مؤلف ما

بكل حقوقه للنشر أو أى شخص آخر . ولكن ذلك كله لا يغير مبدأ أن حقوق النشر تبدأ بالنشر وأن كل الآخرين يستمدون حقوقهم منه) .

وسوف يجد القارئ تفاصيل حقوق النشر والعقود فى الفصل الثامن عشر من هذا الكتاب ، ولكن يكفى هنا أن نقول ، أنه طبقا للنمط الإكسبريما فى عمومية التطبيق ، فإن المؤلف يبرم عقدا مع الناشر ، مخولا له طبع وبيع نسخ الكتاب مع النص على دفع مبلغ معين للمؤلف ، غالبا ما يكون على أساس عدد النسخ المباعة .

ومن الوجهة النظرية ، فبمجرد التوقيع على العقد ، فإن المؤلف يقدم مخطوطه للنشر . والناشر يطبع النسخ ويوزعها فى حين أن المؤلف ما عليه إلا أن يقعد وينتظر الوفاء باستحقاقاته تباعا وهو يواصل عمله فى تأليف كتابه التالى .

بيد أن المؤلف مختلف جدا فى الواقع من الأمر . فالمؤلف لا تقع على عاتقه مسئوليت ثقيلة فقط يشترك فيها مع الناشر وهى اعداد المخطوط اعدادا كافية وافيا للنشر الذى يقدمه بدوره للطابع ، وكذلك مراجعة تجارب الطباعة للتثبت من أن الطابع قد أنتج المخطوط مطبعا للأصل مطابقة صحيحة (انظر الفصل الخامس) ولكن المؤلف يستطيع أيضا أن يكون ذا عون كبير للناشر فى ترويج الكتاب (الفصل التاسع) .

وحتى فى المراحل الأولى عندما يخطط المخطوط ويكتب (انظر الفصل الرابع عن أطوار التحرير) فإن المؤلف العاقل لا ينفرد بالعمل كلية ، ذلك أن نشرا ابتكاريا خصب الخيال يمكن أن يكون عونا كبيرا لمؤلف فى توضيح الطرق التى تمكنه من استخدام معرفته وتطبيق مهارته الكتابية فى مشروع كتاب معين يحتاج اليه العالم - ومن سوء الحظ فإن هذا التطبيق مختلف دائما - وله سوق نافقة .

وغنى عن البيان أن أى مؤلف يحترم نفسه يأبى أن يرغم أرغما ضد رأيه بالقياس الى ما ينبغي له أن يكتب وكيف يكتبه . ففى اتفاق مثل القصص والنقد

والمرحيات والشعر ، فإن الكاتب الحساس يجد من العسير تلقي أفكار من الآخرين حتى عندما يكون الناشر مؤهلا لتزويد المؤلفين الراسخين بالنصيحة والمشورة .

بيد أنه في كثير من ميادين الكتابة ، خصوصا في تلك الميادين المتعلقة بمرض الحقائق ، فإن المؤلف وقراءه (في نهاية المطاف) يستطيعون أن يفيدوا فائدة عظيمة من اقتراحات وبعد نظر وبصيرة ناشر خلاق .

وثمة أمثلة كثيرة تسمى إلى كتاب مشهورين اعترفوا على الملأ بالدور الذي لعبه الإلهام والتوجيه الحكيم لناشر مبدع ، في نجاحهم وتوفيقهم .

وعلى كل مؤلف أن يقرر لنفسه مدى تقبله للناشر كشريك في مرحلة التخطيط ، ثم أن كثيرا من الأمور تتوقف على روح الثقة المتبادلة القائمة بين الطرفين . فإذا قدر لهذه الزمالة أن تؤتي أكلها ، فإنها خليفة بأن تجلب نتائج باهرة للمؤلف والناشر وجمهور القراء على السواء .

وخلال معظم عصور الانسان منذ كان له وجود ، وفي معظم الأمم ، فإن مهنة التأليف كانت مهنة غير مجزية تتميز ببخس المؤلفين حقهم المادي . ثم أن قليلا من المؤلفين من بين المجموع الكلي ، حتى في الدول الغنية ذات النسبة العالية من القادرين على القراءة ، من استطاعوا أن يعملوا أنفسهم من رزقهم مما يكتبون فحسب .

وحتى في الوقت الراهن عندما يقرأ المرء بيانات عن مبالغ هائلة حقا تدفع لعدد قليل من المؤلفين في بعض البلدان ، وعادة فيما يتعلق بأنواع معينة من إعادة نشر الطباعات التالية ، فإن الوضع ليس مختلفا جدا . أن الاغلبية الساحقة من المؤلفين أشخاص يعملون في ميادين أخرى من العمل ، أما الكتابة فهي بالنسبة لهم مصدر رزق ، عرضا .

ولا مراء في أن المال له أهميته بالنسبة للمؤلفين كما هي الحال بالنسبة لغيرهم من الناس . والمؤلف يطلب ، وبحق ، أن تعالج الناحية المالية من علاقته

مع الناشر ، علاجاً سوياً وشريفاً وعادلاً . ولكن لأن السبب الرئيسى فى الكتابة هو الرغبة فى البلاغ ، فإن المؤلف الحكيم يجعل همه الاول النزاهة والامانة والفعالية التى يعرض بها الناشر رسالته على الناس . اما كل الصفات الاخرى التى يأمل المؤلف أن يجدها فى الناشر — بما فى ذلك القدرة على كسب المال له — فهذه تأتى فى المرتبة الثانية تبعاً لذلك .

وثمة تعليقات أخرى عن العلاقات بين الناشرين والمؤلفين يجدها القارئ منتشرة خلال هذا الكتاب من البداية الى النهاية . وثمة تعليق خاص عن الجانب المالى من العلاقة موجود فى الفصل الثامن عشر . ولكن النقطة الرئيسية التى يتعين على الناشر والطابع وبقع الكتب أن يتذكروها هى أنهم بدون المؤلف لن يجدوا شيئاً يفعلونه على الاطلاق ، وأنهم ما لم ينجزوا عملاً كفىً فى التصدى لكتابته ، فأكبر الظن ، بل أقوى اليقين أن المؤلف وغيره من المؤلفين على غرارهم سوف يجمعون عن اعطائهم كتباً أخرى فى المستقبل .

بيد أن الشيء الهام الذى يتعين على المؤلف أن يضعه نصب عينيه هو أنه ، مهما تكن الكلمات التى يكتبها من سلاسل الذهب ، فلن يقرأها أحد فيما عدا أسرته واصدقائه ، ما لم يستمن بكل أجهزة صناعة الكتاب لكى تعرضها على المسلا .

٢ — الطابع

الطابع هو الصانع . فهو يأخذ المخطوط من الناشر ويكون ويطبع ويقلف النسخة ثم يرسل بالكتب بمد تصنيعها الى الناشر .

وفى ظل كل الظروف الطبيعية ، فهو لا يلعب أى دور فى تقرير ما يطبع ، وانما يقتصر عمله فقط على انجاز العمل الذى يطلبه الناشر وينال أجره لقاءه . ومن ثم فإن الطابع لا يقوم بأية مغامرة فى مشروع أى كتاب معين . صحيح أنه يغامر بعمل تجارى فى انشاء مطبعة بلدىء ذى بدء عندما يكون غير واثق من كمية العمل الذى سيناله ، ولكن أجره لقاء انتاج أى كتاب معين مسألة

اتفاق راسخ بين الناشر والطابع ، ولا يتوقف على بيع الكتاب (كما هي الحال بالنسبة لربح الناشر وحقوق النشر الخاصة بالمؤلف) .

وإذا عرف الطابع أن الناشر ذو سمعة شريفة ، ولديه رواج وازدهار بحيث يطمئن الى أنه سيدفع له أجره — وربما يطلب الطابع أجره مقدما إذا افتقر الى هذه الثقة — فإن الطابع له ثقة بالربح لاتوجد لدى المؤلف والناشر . ويلغى الاقتصاديين — فعلى الرغم من أن الطابع (مقول) وصلحبه عمل ملتزم بتشماته وإدارته لمصلحته ، إلا أنه من الوجهة الرسمية ، ليس شريكا في « مشروع المقولة » لنشر أى كتاب معين .

وكما سنرى فيما بعد ، فإن الاخطار والأرباح والخسائر الممكنة إنما تقتصر على الناشر .

ولكن القول النظرى عن العلاقة ليس دائما صحيحا فى التطبيق والعمل . وحتى ، بصرف النظر عن الحالات التى تكون فيها دار النشر والمطبعة ملكية مشتركة ، والتى يصبح فيها الطابع هو الناشر للكتاب وصانعه ، فإن الطابع يقوم بإسهامات أساسية فى النشر الناجح لكتب معينة وكذلك فى تقوية ودعم صناعة نشر الكتب بصفة عامة .

إن جودة الطبع ، وتزويد الكتاب بالورق المناسب ، والمتابعة الامينة لمواقيت الانتاج ، والدقة فى قراءة تجارب الطبع ، الخ ، كلها عناصر واضحة بينة فى نجاح أى كتاب معين ، بحيث غالبا ما تؤثر فى الرواج الحقيقى للكتاب وبيعه ، ولها دائما شيء من التأثير فى كيفية وصول رسالة المؤلف للقارئ بوضوح وجلاء .

وفى حالة مواقيت الانتاج ، فإن اخفاق الطابع فى الوفاء بالتزامه ، خلىق بأن يحول دون وصول الرسالة بتاتا (على سبيل المثال الكتب الدراسية) ، ذلك أن الكتاب لا بد أن يكون موجودا فى وقت معين إذا قدر له أن يشتريه زبائنه الطبيعيون .

وثمة مزيد من التعليل على العلاقة الطبيعية القائمة بين الناشر — الطابع —

المؤلف ، فى سياق لاحق • بيد أنه جدير بالذكر هنا أن نفوه بالإسهامات الرئيسية التى فى وسع طابع نكى أن يسهم بها لمصلحة الناشر (ومصلحته) بالتعاون الخاص خارج مسؤولياته المعتادة • وعلى سبيل المثال لا الحصر فى هذا الصدد هو الإسهام فى مجال تصميم وهندسة الكتاب ، نوع ونظام حروف الطباعة ، ترتيب الصفحات ، ألوان الحبر ، اختيار الورق ، نوع التغليف ، وعلم جرا •

وفى البلاد ذات الصناعة المتطورة فى الكتب ، يوجد لكل ناشر مصمم خبير ، أما كموظف دائم عنده وأما كمستشار منتظم بأجر يتفق عليه • والطابع ينفذ تعليماته كما يتبع البناء المهندس • على أنه فى كثير من الدول النامية فى آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية ، تكاد مهنة تصميم الكتاب تكون غير معروفة ، أو على الأقل فإن المصممين ليسوا موجودين على نحو منتظم ، ومن ثم فإن المخطوط يترك كليا للطابع •

إن الطابع الذى يدرك مصلحته الخطيرة فى تحسين نشر الكتاب فى بلده لن يقتصر عمله فحسب على مجرد «تجميع الكتاب» وإنما يحاول ، ليس فقط ، أن يصمم الكتاب بفوق ولكن أيضا أن يرفع المستويات العلمية للتصميم والصناعة فى الوقت ذاته •

والأهم من ذلك كله هو أن فى وسعه أن يساعد فى جعل الناشر ملما بمشكلات وأساليب التصميم والصناعة ، ويأخذ بيده تدريجيا نحو تقبل المسؤولية الكاملة للناشر •

ولا يمكن أن يتم ذلك بغتة • وفى نفس الوقت ينبغى أن يكون الناشر ممقتنا ومعتزفا بالجميل لقاء الطريقة التى يؤدى بها الطابع بدوره فى ميدان يعتبر فى الدول المتطورة من أعمال الناشر • وثمة ميدان آخر الى جانب التصميم يؤدى فيه أعمال الناشر لمسئوليته فى النشر الى اضافة عبء جديد على الطابع، وهو عبء خليق فى هذه الحالة بأن يزيد من ثمن طبع الكتاب على الناشر زيادة

كبيرة • وهذا الميدان ينصب على عمليتي التحرير وقراءة تجارب الطبع ، وعلى العلاقات العامة مع المؤلف بالقياس الى مخطوط في أثناء طبع الكتاب .

وفي صناعة الكتاب المتطورة ، فان الناشر هو الذى يتسلم المخطوط من المؤلف ، وبعد تحريره وتنقيحه (انظر الفصل الخامس) يسلمه للطابع ، والطابع يسلم التجارب للمؤلف عن طريق الناشر ، ثم يتسلم ثانية التجارب المصححة على نفس النوال .

على حين انه في كثير من الدول النامية ، فان الناشر ليس لديه محرر لتنقيح المخطوط ، وغالبا ما يقتصر على احوالة المؤلف الى الطابع ، تاركا لهما معالجة وحل المشكلات حتى يتم طبع الكتاب .

ولان قليلا من المؤلفين من يعلمون شيئا عن المشكلات الفنية للطباعة (بل ان معظمهم ليسوا مصححين جيدين لمؤلفاتهم نفسها) ، ولا الطابعين لا يمكن أن نتوقع منهم الاحتفاظ بهيئة محررين بالاضافة الى عمالهم الفنيين في الطباعة ، فان نتيجة مواصلة علاقات مع المؤلف بدون مساعدة من الناشر ، عادة ما تكون غير مرضية ، بل انها من الممكن أن تكون خبرة مزعجة مرعبة للطابع والمؤلف وباهظة النفقات على الناشر الذى يتعين عليه في النهاية ان يدفع قائمة الحساب .

هنا أيضا ، يستطيع الطابع ان يساعد الناشر في الامام بالمزايا الاقتصادية التي يجنيها الناشر من ان يمسه بيده زمام تلك الجزء من عمل الناشر الذي اعتاد الطابع ان يعمل له • وفي نفس الوقت فان الناشر يستطيع ان يصر على انه خير للطابع ان يتولى مهمة ، طالما اغفلها ، وهي مهمة قراءة تجارب الطبع •

وكما هو واضح بمزيد من التفصيل في الفصل الخامس ، فان الطابع ، في صناعات الكتب المتطورة ، هو المفروض ان يقدم تجارب الطبع بحيث يتطابق المطبوع والمخطوط ، فالفرض الرئيسي من مراجعة تجارب الطبع على يد المؤلف

والناشر هو اعطاء المؤلف فرصة رصد الاخطاء الطوبوغرافية التى تقع من حين لآخر ، والتى تقوت على مصححي الطابع .

ولكن فى معظم دول آسيا وافريقيا ، حتى فى الكثير منها ذات صناعة الكتب المتقدمة ، فان الطابع لا يقوم بمهمة مراجعة تجارب الطبع ، اولا يؤدى هذه المهمة على اى مستوى فى متخصص مهنى . ومن ثم فان تجربة طبع معادة الى طابع آسيوى او افريقى بعد قراعتها على يد المؤلف قد تستدعى مثلت او اكثر من التصحيحات فى نفس المساحة التى ما كانت تحتاج الا الى خمسة او ستة تصحيحات فى بريطانيا او المانيا ، ومزيد من الاخطاء تحدث طبعا ، فى تصحيح التجارب الاولى ، وهلم جرا .

فاذا استطاع الطابعون أن يقيموا الناشرين بالاضطلاع بمسئوليتهم فى تحرير المخطوط وعلاقات المؤلف فان الناشرين سيكون لهم الحق الذى يسوغ لهم أن يطلبوا بدورهم ، أن ينشئ الطابعون هيئة.موظفين متخصصة فى مهنة قراءة تجارب الطبع ، قادرين على اثبات أن المطبوع من وجهة نظر الطابع فى مطابقته للمخطوط ، قريب من الكمال .

وثمة ناحية أخرى يمكن أن تختلط فيها وظائف الطابع والناشر ، الا وهى تمويل رأس المال .

فعلى الرغم من أن الناشر هو المفروض أن يدبر المال لمشروع كتاب ، وهو فى الواقع من الامر يفعل ذلك فى النهاية ، الا أن كثيرا من الكتب تستغرق وقتا طويلا فى الانتاج ، وما لم يكن ثمة تدبير للناشرلكى يدفع على أقساط فى مواعيت معلومة فقد ينتهى الامر بأن الطابع هو الذى امد المشروع بقسط كبير من رأس المال المستثمر فى اثناء فترة الانتاج كلها بواسطة دفع اموال من جيبه الخاص لشراء الورق ودفع أجور العمال ، الخ .

والطابعون يعرفون ذلك طبعا ، وإذا كان عندهم نظام حسابات سليم فانهم يدرجون نسبة فائدة الربح على ذلك المال ضمن النفقات التى يطلبونها من الناشر لطباعة كتبه .

ولكن الناشر ينبغي أن يكون واعيا سواء بسواء ، باسهام الطابع ، ومن أجل مصلحته مستقبلا ، ان لم يكن من أجل أى سبب آخر ، ينبغي أن يكون سريعا ومستعدا دائما في دفع المال للطابع في المواعيت المتفق عليها ، وكل طرف يستطيع ان يساعد نفسه والطرف الآخر بالتحليل المشترك لمشكلة مطالب رأس المال القصيرة الاجل والسعى المشترك في طلب حلول تعين الطرفين .

وثمة نقطة أخيرة عن العلاقات بين الناشر والطابع وهى مصلحتهما المشتركة في التحسين الفنى لصناعة الكتاب ومتابعته لطرز العصر الحديث . وان الطابع ليكون أحق اذا اضطلع بمشروع كبير يتلعب فيه الطراز الحديث لانتاج رخيص لكمية كبيرة من الكتب ، اذا لم تكن لديه فكرة عن مصادر تمويله .

ومن جهة أخرى فان الناشر الذى يهدف الى التوزيع الضخم لن يستطيع شيئا اذا كان بلده لا يملك سوى عتاد عتيق عاجز عن انتاج كتب بكميات ضخمة وبأسعار زهيدة .

ان الدراسة المشتركة لهذه الامكنات والادراك المشترك للمصلحة المشتركة فى حل المشكلات انما هى ضرورات محقومة واضحة وضوح الصبح لذى هينين .

فطابع الكتاب الذى لديه فكرة واضحة عن مصلحته الاقتصادية المشتركة ، فكرة خليقة بأن تزداد وتزكو باحماسه بالوطنية ، قمين بأن يهتم ويعنى بتطور ونمو صناعة الكتاب برمتها ، وبالعوامل المؤثرة فيها ، وبما فى ذلك من أمور مثل تنمية الوعى بالقراءة ، وتطور وانشاء المكتبات التى سنتناولها فى الفصل السادس ، والتوسع فى التعليم ورفع مستواه ، وتدبير الوسائل الميسرة لنقل الكتب بالبريد ، والسلامة الاقتصادية لبائعى الكتب (بالقطاعى او التجزئة) ، الخ .

ان الطابع وحده ، لن يستطيع انجاز الاصلاحات المطلوبة ولكنه خليق بأن يظن الى كلا الحافز التجارى والحافز الوطنى سواء بسواء لكى يضم

جهوده الى الفروع الاخرى من صناعة الكتب وروافدها ، متخذاً سبيلاً على منوال تلك الطرائق المقترحة فى الفصل السابع .

٣ - بائع الكتاب

يتسلم بائع الكتاب الكتب مباشرة او بطريق غير مباشر من الناشر ، وهو يشتريها بخصم فى الثمن ويبيعها بثمن أعلى للمشتريين من مخزنه او وراقته (محل بيع الكتب) او بأية طريقة أخرى . وهو ، عادة آخر رجل أمام المشتري ، فى حلقات السلسلة التى بدأت بالمؤلف .

والمشكلات الخاصة بالنوع العادى من محل بيع الكتب بالتجزئة مشروحة فى الفصل العشرين . نريد اننا بالنسبة لمآرب هذا الفصل من الكتاب نعى بكلمة « بائع الكتاب » أنها تتضمن ليس فقط محل بيع الكتب المؤلف الشائع ، وانما أيضاً كل بائع التجزئة الآخرين الذين يقفون بين الناشر ، والمستهلك النهائى . ومن ثم فهى تشمل حتى صاحب تصليح الدراجات الامى ، الذى لديه حاملة كتب مقسمة صفت عليها الكتب ذات الطبعة الرخيصة للبيع ، أو البائع المتجول الذى يحمل حقيبة كتب فى قرية من قرى الريف .

ان الوجود المستمر للكتب أمام المشتري ، يعتبر واحداً من أهم السبل المفضية الى ولوج أبواب اتصاع سوق الكتاب ، سواء أكان ذلك فى الامم المتقدمة أم الامم النامية . كما أن له نفس الاهمية عند صاحب العقيلة التجارية فى صناعة الكتاب ، ورجل الحكم التربوى المهتم بنشر المعرفة بين المواطنين سواء بسواء .

وانه لفى مصلحة الناشر الى حد كبير ، وكذلك الجمهور عموماً ، أن تزدهر تجارة بيع الكتب بالتجزئة . ان كل خطوة يتخذها أى ناشر لزيادة مبيعاته المباشرة للمستهلكين ، أو للبيع عن طريق مسالك جديدة ، ينبغى أن تحظى بكل دقة وتحوط ، وتعتبر بالقياس الى النتائج السيئة الممكنة او المحتملة على بائع الكتب .

وكما هو الشأن في أوروبا وأمريكا ، فكنك الامر بالقياس الى الدول النامية ، اذ سوف تكون هناك مناسبات يشمر فيها الناشر ان ثمة طريقة جديدة للتوزيع (مثل خطة التوزيع الضخم الواردة في الفصل الثالث عشر) ، كفيلة بأن تنتج عددا كبيرا جدا من القراء وتحمل المبيعات بعيدا الى مناطق عديدة ، ومن ثم يجب تجربة هذه الطريقة على اية حال على الرغم من معارضة بائعي الكتب .

بيد أن ثمة مناسبات أخرى ، لابد أن تنجم عنهما لا يضل أي قراء جدد ، وان كان الناشر يجنى ربحا اضافيا صغيرا مثلا بأن يبيع مكتبة مباشرة بدلا من البيع عن طريق بائع الكتب بالتجزئة .

وفي مثل هذه الحالات ينبغي للناشر أن يفكر طويلا وبإمعان قبل أن تتخذ خطوة ضارة ببائع الكتب الذي هو في الواقع من الامر اقوى حليف اقتصادي له ومصدر الكثير من ربحه المستقبل .

ان سبلا جديدة للتوزيع تنشر بخير كبير لآسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية ، ولكن هذه السبل ينبغي أن تفحص فحوصا دقيقا .

على أنه ينبغي للناشر والجمهور ألا يغفلوا الاسهام العظيم لمصلحة الجميع الذي يسهم به بائع الكتب التقليدي الذي عنده مؤونة كبيرة من الكتب المختلفة عن موضوعات كثيرة ، والتي يستقيها من قوائم كثير من الناشرين . ان مثل هذا المحل لبيع الكتب ، او مكتبة بيع الكتب ، انما هي مؤسسة تربوية تثقيفية لا تفوقها في الاهمية سوى المدرسة او المكتبة العامة . انه مشجع في المرتبة الاولى للقراءة وجالب لمبيعات الكتب .

ومهما تطورت وسائل التوزيع الضخم ، ومهما بلغت من الفعالية والنجاح ، ومهما زادت عضوية نوادي الكتب واتسع نطاقها ، فان مكتبة بيع الكتب وحدها هي الفاعلة على أن تعرض للبيع انواعا متعددة كافية من الكتب لشحذ كل الاهتمامات وخدمة كل الانواق .

وكلا الناشر والجمهور ينبغي أن ينظرا بعين التقدير للنقائص الهائلة التي تحملها مكتبة بيع كتب مناسبة ، إذ تتوافر فيها في كل الاوقات تلك المجموعة الكبيرة المتوفرة من الكتب التي تتيح للمشتري أن ينتقى منها ما يشاء . وثمة وسائل عديدة يمكن للناشر أن يساعد بها بائع الكتب في هذا الصدد . وفي البلاد التي لديها تقليد يبيع للناشرين أن يعملوا أيضا كبائعي كتب تتخذ طرق المخلصة أو المبادلة بين البيوت التجارية أو الشركات لتتلاقى استعمال النفع المباشر من أجل تمييز مال بائع الكتب بالقياس الى قائمة الجرد أو الدليل التجاري .

وأيا ما كانت العلاقات التجارية ، فلا المصلحة الاقتصادية للناشر ولا مصلحة المجتمع في القراءة والتعليم ، تسمح باغفال بيع الكتب بالتجزئة .

ان رقم المال الذي يسجله المعداد أو مسجل النقود ناطقا بمبيعات موزعي بيع الكتب بالتجزئة هي أية أمة ، هو الذي يقرر المسير النهائي لصناعة الكتب في أية أمة .

٤ - الناشر

والآن يأتي دور الشريك الرابع ، الناشر نفسه ، وهو ، علاوة على ما لديه من أعمال ووظائف خاصة ، يكون المدير العام أو المشرف العام على مشروع نشر الكتاب برمته .

وسوف نتوخى الإيجاز هنا في التعليق ، وإن كان ذلك لا يفى الموضوع حقه لان معظم هذا الكتاب ينصب على الناشر ، ولأن الملاحظات العرضية عن وظيفة الناشر سبق ذكرها في سياق التعليقات في فصول سابقة عن المؤلف والطابع وبائع الكتب .

وكما هو مبين بالشكل رقم ١ فإن وضع الناشر مركزي في الخطة العامة ، وله علاقة من نوع ما تربطه بكل عنصر من العناصر الأخرى على حدة .

فالناشر هو الذي يتسلم المخطوط من المؤلف ، ويدبر المال من لدنه أو من موارد أخرى ، ويستأجر خدمات الفنانين والمترجمين وغيرهم من خبراء

يمثل هذه الكتيبة من النشرين ، ويزداد نسبة القادرين على القراءة والكتابة على نحو موصول ، وبوجود الرغبة العلية التي تكاد تكون عالمية لزيد من التعليم الاحسن ، فلا يوجد حد للتطور الممكن لنشر الكتب فى اى بلد تقريبا من آسيا وافريقية وامريكا اللاتينية .

وثمة نواح خاصة كبيرة لوظيفة ناشر الكتب - فى عمله المباشر ، وكقائد للشركاء الاخرين - يجدها القارئ فى سياقها المناسب ، معالجة تحت عناوين مختلفة فى هذا الكتاب . بيد أنه قد يكون من النافع هنا أن نذكر الاقسام الرئيسية لدار من دور النشر .

وهناك ثلاثة أعمال رئيسية يؤديها الناشر ، وهذه الاعمال ينبغي النظر فى كل منها على حدة وكذلك فى علاقتها مرتبطة بعضها ببعض ، سواء اكانت المؤسسة دارا كبرى للنشر تضم عددا كبيرا من الموظفين ، أم مشروعا صغيرا على سبيل الغامرة ، يقوم به شخص أو شخصان فى البداية .

ان بعض دور النشر الهامة فى اوربا والولايات المتحدة الامريكية بدأت برأس مال متواضع . ومكتب صغير جدا ، ورجل وزوجته هما كل هيئة الموظفين .

فاذا وضعنا فى ذهننا أن التقسيم يمثل أسلوب الناشر الفردى فى النظر الى الأمور ، بدلا من جماعات من الناس تملو أبوابها بطاقات وعلامات ، فهذه هى الاقسام الرئيسية فى دار من دور النشر :

التحوير : أنظر الفصل الرابع فقيه تعليق على الخطوات الاولى فى تطور مراحل المخطوط ، والفصل الخامس الذى يناقش عملية اعداد المخطوطات للطباعة .

الانتاج : بما فى ذلك تصميم الكتاب وتبدير صناعته على يد طابع ، أنظر الفصلين السادس والسابع .

البيع : أنظر الفصلين الثامن والتاسع . أما بالنسبة لترويج الكتاب فى المدى الطويل ، فانظر الفصلين السادس عشر والسابع عشر .

وظيفة البلاغ

ان الفكرة الأخيرة التي ينبغي ان نتفكرها بالنسبة لعمل الناشر في المجتمع هي ان عمله هو البلاغ - والحادث ان الكتاب في الوقت الحاضر هو أقوى عدة وأهم أداة لهذا الغرض ، ومعظم الناس يعتقدون أنه سيستمر كذلك مهما حدث من تطورات جديدة مدهشة مثل التليفزيون للاغراض التربوية والإذاعة التابعة . بيد ان الناشر الحصيف خليق بأن يدرك ان استعمال الكتب ، لابد ان يقترن ، يقينا ، باستعمال الوسائل الأخرى في الفترة القادمة ، وهو خليق أيضا بأن يعترف بهذه الوسائل ، لا على اعتبار أنها اعداء لمصلحته ، وانها كوسائل للبلاغ والاتصال يجدر به ان يستعملها لنفس الاغراض التي يستعمل من أجلها الآن الكتب فقط .

الجزء الثاني
عملية نشر الكتاب

الفصل الثالث

اقتصاديات نشر الكتاب

نشر الكتاب هو شخص يستثمر أمواله في الكتب ، فهو يدفع الأموال للمؤلف والمترجم والفنان والمحرر والطابع وصانع الورق . الخ لانتاج الكتب ، كما يدفع الأموال الى البائعين والمعلنين . الخ ، الذين يماونون في تسويقها ويسترد أمواله من بائعي الكتب . أو غيرهم ممن يشترون منه هذه الكتب ، أو يشترون منه حقوق استغلال محتويات الكتب في أغراض أخرى ، ويهدف من ذلك الى تحقيق فائض من الأموال أكثر مما قام بسداده .

تلك هي القصة الكاملة « لاقتصاديات نشر الكتاب » وان كل شيء آخر ورد في هذا الكتاب أو جاء في ملايين الكلمات التي كتبت عن هذا الموضوع بمختلف اللغات على مر السنين ، لا يخرج عن أن يكون تجلية لهذا المبحث الاساسي .

وكما هي الحال في أى تجارة ، يسمى ناشر الكتاب الى أن يزيد من إيراده وأن يخفض من تكاليفه ، ولكن يجب أن ينفق المال ليزيد العائد .

والهدف من هذا الفصل هو دراسة علاقة التكاليف وارتباطها بالإيراد والربح النهائي . واضمن طريقة لزيادة الربح هي زيادة مبيعات الكتب . وهذا قول أكثر عمقا مما قد يبدو لأول وهلة ، ذلك لانه يركز على مبدأ أساسي في ميدان نشر الكتاب : هو أن **كلفة النسخة الواحدة** تستمر في الإنخفاض ، انخفاضاً ليس بالقليل ، ولكن بطريقة محسوسة بزيادة الكمية .

وكما سيتضح لنا بعد لحظات فان هذه الزيادة المثيرة ليست فقط بالنسبة لتكاليف الانتاج ، ولكنها أيضاً تزيد بنسبة اكبر أو اقل درجة بالنسبة لباقي عناصر نفقات النشر الأخرى .

والناشر الناجح هو الذى يدرك هذا المبدأ ويعمل على الاستفادة منه .

وهذا هو الذى يحدد الفرق بين صناعة الكتاب الضخمة القوية المنتشرة المريحة وبين تلك التى تنهدى وتتعثر سيرا وراء المبادئ القديمة ، أسعار عالية ومبيعات اقل ، وأرباح محدودة ، وما يقرب عليها من بعض أضرار بالاققتصاد القومى .

ومن الطبيعى فان الناشر سيقوم بأداء اعمال كثيرة قبل أن يهلال قائلا : « اننا منذ الآن سنبيع عشرة آلاف نسخة بدلا من الف نسخة من كل كتاب » .

فان الواجبات التى يتطلب العمل أداءها ليست فقط فى قسم مبيعاته أو حتى فى دار نشره ، انما يتطلب الامر معاونة شركائه الآخرين تحت قيادته .

وان كل فصل من فصول هذا الكتاب يتناول الطريق الذى يتعاون فيه هؤلاء الشركاء للوصول الى الهدف المنشود وهو التوصل الى « العدد الأكثر من النسخ بأقل كلفة »

وإذا كان الجهد المبذول ناجحا فان كل شخص سيجنى ربحا ، إذ تزداد حقوق التأليف للمؤلف ، وتزداد كمية الطباعة ، والكمية المستهلكة من منتج الورق ، وزيادة مبيعات الموزع ، وخدمات أكثر لجمهور القراء وكذلك يحقق الناشر أرباحا أكبر .

الكلفة

توجد طريقتان لدراسة عناصر تكلفة نشر الكتاب :

الطريقة الاولى : وهذه الطريقة تأخذ فى الاعتبار جميع المراحل التى تم تنفيذها فعلا فى انتاج الكتاب ، ولهذا فان التكاليف تتحدد فى ثلاث مراحل :

مرحلة اعداد التحرير

وتشمل ما ينفق من حقوق للمؤلف وأتعاب ومرتبوات للمصمم والمراجع

والمحرر والمصحح والمترجم (إذا كان الكتاب مترجماً وليس مؤلفاً) . . . إلى غير ذلك مما يتعلق بهذه المرحلة من تكاليف .

مرحلة الإنتاج الفعلى

وهذا يتمثل فى مدفوعات الناشر للمطبعة لطبع الكتاب ، ومدفوعاته (سواء بطريق مباشر أو بطريق المطبعة) ، ثمناً للورق والحبر والقماش والجلد والخيط أو السلك . . . أو الغراء . . . الخ .

مرحلة التسويق والتوزيع

^١ ويشمل ذلك مصروفات الباعة وقسم الطلبات والشحن والاعلان ووكلاء البيع . . . الخ . وهذه هى الطريقة المنطقية لدراسة التكاليف وفى بعض الاحيان هى افضل طريقة . ولكن هناك طريقة أفضل للتوصل الى تحليل العوامل التى تؤثر فى تكاليف الكتاب ، وبالتالي فى حجم ربح الناشر .

وهذه الطريقة الثانية هى التى يلجأ اليها الناشر ذو النظرة الثابتة عنهما يحدد عدد النسخ الواجب طبعها ، وما هو سعر البيع المناسب ، وما هى الالتزامات التى يواجهها لسداد نفقات اخراج الكتاب أو مطالب المؤلف فى زيادة حقوقه مقابل زيادة عدد النسخ المتوقع طبعها ، الى آخر ذلك من الالتزامات .

وفى ضوء هذه الطريقة بالتقسيم النوعى للمصروفات فى المراحل السابقة يمكن دراسة اثر توزيع هذه المصروفات بالنسبة لهذه المراحل وتغيرها بنسبة عدد النسخ المطلوب طبعها كالاتى :

١ - تكاليف متزايدة تلقائياً

وهذه التكاليف تتزايد تلقائياً فى حالة زيادة عدد النسخ وهى :

١ - مدفوعات حقوق المؤلفين

وغالباً ما تكون بنسبة معينة من حجم مبيعات نسخ الكتاب وأحياناً بمبلغ ثابت لعدد محدد من النسخ المطبوعة .

ب - مصروفات لأعمال الطباعة والتجليد

(ويلاحظ أن هذه المصروفات لا تشمل تكاليف مرحلة جمع وصف الحروف حيث أن هذه المرحلة من المصروفات الثابتة كما سيشار إليها فيما بعد) .

ج - قيمة المواد الخام

سواء دفعت بطريق المطبعة أو بطريق مباشر لشراء الورق والحبر والقماش والخيط والملك والغراء .. الخ .

٢ - تكاليف غير متغيرة

وهذه التكاليف ثابتة لا تتغير بالنسبة للكتاب مهما يكن عدد النسخ التي يتم طباعتها وهي :

١ - تكاليف أعمال التحرير

وتشمل مصروفات التحرير والتصميم والرسوم وتصميم الغلاف .. الخ .

ب - تكاليف الإعداد للطباعة

وتشمل تكاليف صف الحروف والجمع وكتابة الخطوط ، والرسوم ، والحفر والزكروغراف ، ويتميز آخر : المراحل التحضيرية التي تبدأ قبل وضع العبر على الورق للطباعة .

٣ - تكاليف متغيرة

وهذه التكاليف تتغير طبقا للسياسة التي يتبعها الناشر ، أي تتزايد بطبيعتها كلما زاد عدد النسخ ولكنها لا تتبعها تلقائيا .

٤ - تكاليف إضافية

وهي التكاليف التي يتحكم فيها الناشر الى حد ما ، من واقع خبراته في توقع

رقم مبيعاته الاجمالى من الكتب التى يقوم بنشرها ، ولكنها بصفة عامة تعتبر « تكاليف ثابتة » وتمثل فى المصروفات الادارية والحسابات والضرائب والايجار والفوائد على رأس المال المقترض وغير ذلك من التكاليف .

وكل نوع من هذه المصروفات جرى بحثه فى أحد فصول هذا الكتاب .

ولكننا نورد هنا بعض التعليقات على مثال لكل نوع من هذه المصروفات حتى يتضح لنا التباين بينها بوضوح :

١ — الورق وهو مثال واضح لهذا النوع من المصروف الذى يتزايد أو يتناقص بطريقة مباشرة نسبيا مع عدد النسخ .

فان كمية الورق التى تلزم لطبع عشرة آلاف نسخة يعادل عشر مرات كمية الورق المطلوب لالف نسخة فقط .

وبالرغم من أن هناك تفاوتاً فى سعر الورق عند شرائه بالجملة عنه بكمية أقل الا أنه يمكن القول بصفة عامة ان كلفة الورق تتمشى مباشرة بنسبة طردية مع عدد النسخ .

٢ — ومن ناحية أخرى فان عملية جمع وصف أو سبك الحروف لهم مثال واضح للتكاليف الثابتة التى تلزم للكتاب . مهما يكن عدد النسخ التى يسجى طبعها . فانه عندما يجرى العمال اعداد مرحلة الجمع أو السبك ، فان عملهم يصبح بعد ذلك منتهيا تقريبا والتكلفة محددة سواء طبعت نسخة واحدة أو مليون نسخة ، ونظرا لأن جملة كلفة عملية الصف والجمع أو السبك لا تتغير فان كلفة الوحدة تتناقص بطبيعة الحال كلما زادت الكمية المطبوعة .

وعلى سبيل المثال اذا بلغت جملة هذا المصروف ١٠٠٠ جنيه وطبع من كتاب ١٠٠٠ (ألف نسخة) فان نصيب النسخة الواحدة من هذا المصروف ١٠٠٠ جنيه واحد للنسخة الواحدة . واذا طبع ١٠٠٠٠ (عشرة آلاف نسخة) فان كلفة النسخة من هذا المصروف تتناقص حتى تصبح ١٠٠ — (مائة ملجم فقط للنسخة الواحدة — وهكذا .

٣ — وفي النوع التالي — فإن الاعلان هو ذلك النوع من المصروف الذي تتحكم فيه سياسة الناشر وفقا لعدد النسخ ، ولكن ليس هناك معيار ثابت بشأنه . فبعض الناشرين يرسمون خططهم بصرف نسبة ثابتة من الإيراد السنوي للمبيعات على الاعلان ، ويستخدمون هذا الاعتماد بل ويتجاوزونه . ولكن المصروفات على كل كتاب على حدة تتحدد فى ضوء عوامل مختلفة بينها نوع الكتاب ، وكذلك الكمية التى يتوقع الناشر بيعها وتوقعاته فى مدى تقبل الجمهور للأنواع المختلفة من الاعلان وغيرها .

٤ — وفي النوع الآخر — التكاليف الإضافية — فمن الواضح أن معظم تلك المصروفات تربط بطريقة ثابتة ، ولا يمكن على الأقل تغييرها تغييرا كبيرا فى فترة ضيقة من الوقت ، أو على الأقل بالنسبة الى أى كتاب .

وبالرغم من أن الناشر قد يلحق أو يفصل من موظفيه الإداريين أو المحاسبين ، أو يجرى أى تعديلات تتعلق بزيادة تخفيض حجم أعماله ، فانه لا يمكنه أن يقتطع أو يبيع نصف مكتبه أو مخازنه أو حتى وسائل نقله اذا تناقصت أعماله فجأة بمعدل ٥٠٪ فى الملة . ومن هذا المفهوم كان وصفنا لهذه التكاليف بأنها « ثابتة » .

إن الناشر يريد أن يتضمن السعر الذى يطلبه من مشترى الكتب نسبة من الزيادة فى مقابل التكاليف الإضافية .

وليس من الميسور احتساب ما يضاف من التكاليف الإضافية لكل كتاب ، ولكن يمكن تقدير جملة التكاليف الإضافية السنوية التى يمكن اضافتها على جملة كتب الناشر ، وبذلك يمكن تخصيص نسبة منها لكل كتاب على حدة بطرق مختلفة .

وبين الطرق المألوفة المتبعة اقترachus أن التكاليف الإضافية فى المستقبل ستعادل مثلثتها فى العام الماضى من حيث نسبة صافى المبيعات .

فلذا بلغت مبيعات العام السابق ١٠٠٠٠٠٠ جنيه وبلغت التكاليف الإضافية

١٠٠٠٠٠ جنيه ، فإن الناشر سيقدر لنفسه عن العام التالي نسبة التكاليف الإضافية للمبيعات بما يعادل ٢٥ في المئة .

وإذا تمضيْنَا مع هذا المثال استكمالا للتأيضاح فإن الناشر إذا قدر لمبيعاته ١٠٠٠٠ جنيه من كتب معين ، فله يقدر لنفسه تقديرا جزائيا أن المصروفات الإضافية سوف تعادل ٢٥ في المئة من ١٠٠٠٠ جنيه ، أي ٢٥٠٠ جنيه .

ونسبة ٢٥ في المئة المستخدمة انما اتخذت على سبيل المثال غلطاً، وتختلف هذه النسبة اختلافا كبيرا بين قطر وآخر . ومنمود أيضا الى مسافة التكاليف عندما نتناول أرقام المصروفات وأرقام الإيرادات مما في القسم الأخير من هذا الفصل . ولكن دعنا نشاهد أولا ما الذي يحدد ما يحققه الناشر من إيرادات المبيعات .

الإيرادات

نترأى المؤثرات الأساسية في رقم الإيرادات بين المبيعات بصورة غلبية لعظم الأشخاص البعيدين عن نشاط صناعة الكتاب . فإذا سيع شخص لا ينتمى الى هذه الصناعة أن ناشرا قد قام بطبع خمسة آلاف نسخة من كتاب سعر بيع النسخة منه ١٠٠٠ جنيه واحد ، يادر الى القيام بعملية حسابية سريعة يقدر بعدها أن الناشر سيحقق إيرادا قدره ٥٠٠٠ جنيه . فما أكبر الخطأ هنا ! ان هناك أربعة عوامل يضعها الناشر في اعتباره عند حساب إيراده المتوقع :

سعر البيع

لاسباب منقوم بدراستها فيما بعد ، تختلف العلاقة بين اجمالي كلفة الكتاب وسعر البيع اختلافا واضحا في آسيا وأفريقية عنها في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية . فبعض الاسيويين يتخذون قاعدة عامة لتحديد سعر البيع هي مضاعفة كلفة الكتاب بمعدل يراوح بين ٢٥ ، ٢٥ مرة لاحتماب سعر البيع .

وفي بعض دور صناعة النشر في أنحاء أخرى من العالم يتراوح هذا المعدل بين ٤ ، ٤٥ ، ٥ ، ٦ مرات وحتى أكثر من ذلك في بعض أنواع الكتب .

عدد النسخ المبيعة

وهذا في الواقع هو أكثر العناصر مخاطرة في مشروع نشر الكتاب . فإذا كانت معظم نسخ الطبعة لم يتم بيعها فإن جميع التقديرات تكون خاطئة ، وعلى العكس إذا تم بيع نسخ الطبعة فإن ذلك لن يمثل جميع النسخ بسبب : أ - النسخ المجانية التي تمنح للدعاية والإعلان . ب - النسخ الثالثة .

الخصم المسموح به للموزعين ومستوى الكتب

يحصل موزعو الكتب دائماً على خصم من الناشر ، كما يحصل تجار الجملة والممارسة على خصم اضافي ، كذلك هناك أنواع من المشترين يحصلون على خصومات متنوعة على بعض اصناف الكتب وأحجامها . وبالرغم من أن المشترين يدفعون القيمة كاملة فإن متوسط المبيعات لكبار المشترين يتم بخصومات كبيرة . وفي الولايات المتحدة الأمريكية فإن الخصم يرتفع حتى يصل الى ٥٥ في المائة وأحياناً يزيد ، ونسبة الخصم على معظم مبيعات الكتب عامة تبلغ ٤٤ في المئة . وفي أوروبا فإن نسبة الخصم تميل الى أن تكون اقل بكثير مما هي عليه في آسيا وأفريقية .

تكاليف التسويق العرضية

وهذه التكاليف تتضمن عمولات لبعض أنواع الباعة ، والديون المشكوك في تحصيلها من المشترين ومصروفات البريد التي يتحملها في هذه الحالات وغيرها - وهذه التكاليف قد تتراوح بين مبالغ صغيرة جداً وبين أكثر من ١٥ في المائة .

وفي المثال السابق لطابع ٥٠٠٠ نسخة من كتاب سمر يبيعه جنيه واحد دعنا نفترض أن هناك ١٠٠ نسخة تالفة أو وزعت هدية بدون مقابل ، وبذلك يكون

هناك ٤٩٠٠ نسخة للبيع ، وأن الخصم يعادل ٢٥ في المئة وإن التكاليف المرصدة للتسويق هي ٣ في المئة فإثنا عندئذ نحصل على النتيجة الآتية :

مليم جنيه	
قيمة بيع ٤٩٠٠ نسخة بسعر جنيه واحد = ٤٩٠٠ر٠٠٠	
ناقصا متوسط خصم مسموح به بواقع	
١٢٢٥ر٠٠٠ =	٢٥ %
<hr/>	
جيلة ما دفعه المشترون	٣٦٧٥ر٠٠٠
ناقصا مصروفات بيعية ٣ %	١١٠ر٢٥٠ =
<hr/>	
صافي إيراد مبيعات الناشر	٣٥٦٤ر٧٥٠

وهذا يختلف كثيرا عن مبلغ ٥٠٠٠ جنيه التي قدرها الشخص البعيد عن صناعة الكتب ! وهذا المثال بالتحديد أكثر نفعا للناشر من المتوسط المعمول به بالنسبة لناشرى الكتاب في جميع أنحاء العالم ، وذلك بسبب انخفاض نسبة الخصم التي افترضناها .

التكاليف مقابل الإيرادات

عاجنا الإيرادات والتكاليف كلا منها منفصلة عن الأخرى ، ولكن الاختبار الحقيقي لحكمة الناشر يتجلى عند محاولة الموازنة بين كل منها والأخرى . فإنت قد تتوق الى أن تطلب سمرا مرتفعا للكتاب ، ولكن يترتب على رفع سعر البيع تخفيض عدد النسخ المباعة وقد تحاول تشجيع بائعى الكتب بزيادة الخصم الممنوح لهم ، ولكن ذلك قد يؤثر فى تخفيض الربح أو العائد من النسخة المباعة . وقد تحاول استخدام نوع أرخص من الورق ، ولكن ربما كان الكتاب أقل اغراء للجُمهور لشرائه مما يترتب عليه خسارة أكبر فى المبيعات أكثر من الوفرة الذى تم اقتصاده فى المصروفات وهكذا .

وهكذا توجد سلسلة لا نهاية لها من العلاقات بين هذه العوامل التي تؤثر في جميع الكتب، كما تحدث مغالجات عند التنفيذ بالنسبة الى كتب معينة. والبراعة في فن نشر الكتاب تكمن في البصيرة النافذة والتحليل الذكي اللذين يرى بهما الناشر كيف يزيد الكمية وكيف يخفض الاسعار وكيف يحقق لنفسه ايرادا اكبر، في وقت واحد مما . وكما اشرنا آنفا ، فان اكثر الملتصحات أهمية لتحقيق ذلك هو المبدأ الذي يبين كيف تنخفض كلفة النسخة الواحدة كلما تزايدت الكمية . ومقدار الوفرة في النسخة كلما تزايدت الكمية ليس كبيرا في كل من آسيا وأفريقية — بمثل ما هو عليه في أوروبا وأمريكا وإلى حد ما في بعض بلاد أمريكا اللاتينية .

١ — لان البلاد النامية ليس لديها المعدات الكافية التي تحقق طاقة انتاجية ضخمة في الطباعة مما يساعد على تخفيض الكلفة . وب — لان أسعار الورق المرتفعة في البلاد الآسيوية والأفريقية وبالتالي الاتخفاض النسبي في قيمة الأيدي العاملة في تلك الدول يؤثران في كلفة الكتاب، فالورق (وهو كما رأينا لا يتغير كثيرا بالنسبة للنسخة) يعتبر المنصر الأكثر قيمة في كلفة الكتاب — وليست تكاليف التشغيل للطباعة (التي تتناقص وتتنفر تبعا لتزايد الكمية) — في الدول المتقدمة في هذه الصناعة .

وبالرغم من ذلك ففي كل دولة من دول العالم لا تزال القاعدة الهامة التي يجب أن تلاحظها في كل وقت ، باقية على حالها ، وهي :

ان كلفة النسخة تتناقص كلما تزايدت كمية النسخ . فمفطر كيف يتم تحقيق هذا المبدأ في الجدول رقم ١ — وهو مثال وهمي يقوم على ارقام واقعية مأخوذة من مزيج من الاحصائيات الخاصة ببعض دول آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

وتختلف الأرقام الفعلية في أية دولة من الدول بسبب تفاوت التكاليف في الطباعة وثمان الورق وخبرات الطباعة ومعدلات الخصم . . الخ ، وبخاصة مدى الكمال الذي يعمل به الناشر لاداء عمله ومستوياته التي يتحملها في ذلك . ولكن هذا المثال يوضح لنا هذه الحقيقة الأساسية .

جدول رقم ١ - تكاليف انتاج الكتب

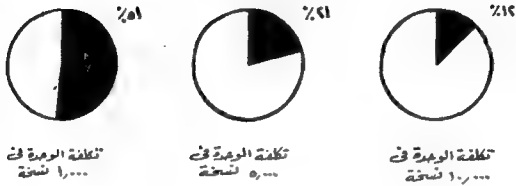
طبع ١٠٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة
٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠	٢٣٧ر٠٠٠
١٢١ر٠٠٠	٤٠٠ر٠٠٠	٧٤٦ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠
١٠٣ر٠٠٠	٥٠٠ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠	١٠٠٠ر٠٠٠
٤٦١ر٠٠٠	١١٣٧ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠	١٩٨٣ر٠٠٠
٤٦٠ر-	٢٣ر-	٢٠ر-	٢٠ر-

وهناك طريقة أخرى تبين بها الوفر الذي يتحقق منذ زيادة الكمية ، وذلك بأن نقول أنه رغم أن النسخة الواحدة في الالف نسخة الاولى تتكلف ٤٦٠ مليما ، فانه يمكن انتاج ٤٠٠ نسخة اضافية في نفس الوقت بتكلفة قدرها ١٧٠ مليما فقط للنسخة . والعامل المهم الذي يقودنا الى هذه الحقيقة الواقعية عن « تخفيض التكاليف » هو تخفيض كلفة النسخة من نفقات الجمع والصف والنسب « أى مرحلة الاعداد للطباعة » كلما زادت النسخ المطبوعة . وهذا هو ما يوضحه الرسم البياني رقم ٢ .

أو يمكن ايضا هذه الحقيقة بطريقة أخرى حول الانخفاض في كلفة النسخة للمعد الاضافي من النسخ المنتجة في نفس الوقت . وفي المثال التالي رقم ٣ فان الاعددة الثلاثة توضح كلفة النسخة الواحدة من الكتاب في حالة الزيادة الاضافية في الاحجام الثلاثة . وكذلك تكاليف الاعداد للطباعة وتيمة الورق في كل حالة فيها .

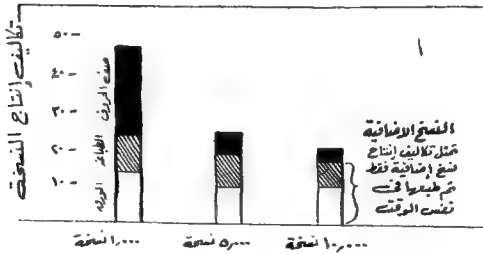
وكما أوضحنا سابقا فان تكاليف الاعداد للطباعة تجرى بانخفاض سريع كلما زادت كمية النسخ المطبوعة على حين تمير مصروفات الطباعة وثمان الورق حسب الكمية طرديا .

شكل رقم ٢
تكاليف الإعداد للطباعة كنسبة مئوية
من تكاليف إنتاج الكتاب



الدائرة الكاملة تمثل اجمالي كلفة الإنتاج في كل من الأحجام الثلاثة . المثلث
يمثل نسبة تكاليف الإعداد للطباعة .
النسب تمثل نسبة تكاليف الإعداد للطباعة الى تكاليف الإنتاج الإجمالية .

شكل رقم ٣
تكاليف إنتاج النسخة
في طبقات مختلفة الكميات



تكاليف النشر

تكاليف الانتاج التي تمت مناقشتها هي جزء من التكاليف التي يدفعها الناشر ومن الطبيعي وجوب احتساب الدخل حتى يتمكن من تحديد ارباحه وخسائره على اى كتاب .

ولما كانت بعض تكاليف الناشر تتعلق مباشرة بسعر البيع كحقوق المؤلف، التي تحتسب كنسبة مئوية من هذا السعر ، لذلك فان السعر الذي يحدد لبيع الكتاب يجب ان يتقرر قبل احتساب باقى العناصر .

جدول رقم ٢ - سعر بيع الكتاب وإيرادات البيع

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة
٢٠٠ر-	٢٣٠ر-	٤٦٠ر-
٧٥٠ر-	٨٠٠ر-	١٥٠٠ر-
٥٣٠ر-	٥٦٠ر-	١٠٥٠ر-
٩٨٥٠ر-	٤٩٠٠ر-	٩٥٠٠ر-
٢٧٤٤ر٠٠٠	٢٧٤٤ر٠٠٠	٩٩٨ر٠٠٠

وفي حالة هذا الكتاب الافتراضي ، فإننا نميل للاعتقاد أن الناشر قد استخدم
معدلا حسابيا بمضاعفة تكاليف الإنتاج بما يعادل ٣مرّة للتوصل لتحديد
سعر البيع كما هو موضح في الجدول رقم ١ السابق . أى بمعنى تحديد هذا
السعر على أساس ٣مرّة من تكاليف الإنتاج .

كذلك نفترض أن البلد الذى فيه هذا الناشر يجرى العرف على تحقيق نسبة
ربح ٧٠ في المئة من سعر البيع (بعد احتساب الخصومات الممنوحة
للموزعين وغيرهم) .

وأخيرا نفترض أن النسخ المجانية كالهدايا والنسخ التالفة خفضت عدد
النسخ التى بيعت ، أى أقل من العدد المطبوع .

وهذه الافتراضات محسوبة فى الجدول رقم ٢ .

وعلى هذا الأساس فإنه يمكن للناشر أن يحتسب تكاليفه الإجمالية كما هو
موضح بالجدول رقم ٣ .

وأخيرا إذا ما قارنا إيرادات البيع من واقع جدول رقم ٢ ، وتكاليف
النشر من واقع الجدول رقم ٣ ، فإنه يمكن التوصل الى قيمة الربح فى كل
من الطبعت المتعددة الكميات (مع افتراض جميع النسخ) كما يتضح ذلك
من جدول رقم ٤ .

والعلاقة بين الكلفة والربح فى مختلف عدد الطبعت هى مفتاح القضية
ويلاحظ ذلك :

— كلفة طبع ٥٠٠٠ نسخة يعادل ٢مرّة طبع ١٠٠٠ نسخة ولكن الربح
يتضاعف بمعدل ٧مرّة عند بيع جميع النسخ .

— كلفة طبع ١٠٠٠٠ نسخة يعادل ٤مرّة تقريباً طبع ١٠٠٠ نسخة
ولكن الربح يتضاعف بمعدل ١٨ مرّة تقريباً عند بيع جميع النسخ .

جدول رقم ٢ - أجمالي تكاليف النشر

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	
مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه	سعر البيع
٧٥٠-ر	٨٠٠-ر	١٥٠٠	عدد النسخ المبعة
٩٨٥٠	٤٩٠٠	٩٥٠	
١٩٨٢ر٠٠٠	١١٣٧ر٠٠٠	٤٦١ر٠٠٠	تكاليف الانتاج جدول ١
			حقوق المؤلف (١٠ ٪ من مبيعات ٥٠٠٠ نسخة ، ١٢ ٪ بعد ذلك)
٨٣٠ر٠٠٠	٣٩٢ر٠٠٠	١٤٢ر٠٠٠	الاعلان تقديري
٣٠٠ر٠٠٠	٢٠٠ر٠٠٠	١٠٠ر٠٠٠	مصرفات اضافية بنسبة ٢٥ ٪
١٢٩٣ر٠٠٠	٦٨٦ر٠٠٠	٢٥٠ر٠٠٠	من سعر البيع المحدد بجدول رقم ٢ اجمالي تكاليف النشر
٤٤٠٦ر٠٠٠	٢٤١٥ر٠٠٠	٩٥٣ر٠٠٠	

جدول رقم ٤ - الربح المتوقع

طبع ١٠٠٠ نسخة	طبع ٥٠٠ نسخة	طبع ١٠٠٠ نسخة	
مليم جنيه	مليم جنيه	مليم جنيه	الايراد من واقع جدول ٢
٥١٧١ر٢٥٠	٩٩٧ر٥٠٠	٢٧٤٤ر٠٠٠	التكاليف من واقع جدول ٣
٤٤٠٦ر٠٠٠	٩٥٣ر٠٠٠	٢٤١٥ر٠٠٠	ربح بيع جميع النسخ
٧٦٥ر٢٥٠	٤٤ر٥٠٠	٣٢٩ر٠٠٠	

وبمعنى آخر اذا تم بيع جميع نسخ الطبعة ، فان الربح الذى يحققه الناشر مقابل مخاطرته بتكاليف النشر يتضاعف بضخامة الكمية التى تزيد طباعتها .
والرسم البياني رقم ٤ يوضح هذه الصورة .

نسبة الربح لتكاليف الانتاج



- الدائرة كاملة تمثل تكاليف الانتاج
- الجزء المظلل يمثل الربح

احتساب النقطة الحدية

الطريقة التى يتبعها الناشر أحيانا عند تحديد الكمية اللازم طباعتها وسعر البيع هى دراسة ما يسمى بالنقطة الحدية .

وبمعنى آخر تحديد عدد النسخ التى تحقق ايرادا يكفى لتغطية تكاليف الانتاج .

وعيب هذه الطريقة أنها لا تحسب بدقة التكاليف الاضافية عند بيع جزء من عدد طبعات النسخة ، فاذا نسبت هذه التكاليف لتغطية بعض الكتب فان النسبة لا تكون دقيقة ، ولذلك فان قاعدة طريقة النقطة الحدية التوصل الى تقدير جزائى .

ويحتسب الناشر أولا الحد الفائض بعد خصم جميع التكاليف التي تغطي تكاليف الإنتاج ، ثم ينسب هذا الحد الى التكاليف الكلية ، فيتحدد العدد الذي يجب طبعه كنقطة حدية للمطلوب من الكتاب .

والمثل الاتي لايضاح استخدام هذه الطريقة في الكتاب السابق عند طبع ٥٠٠٠ نسخة :

سعر بيع الكتب (طبعة ٥٠٠ نسخة)	٨٠٠ر-	مليم جنيه
ناقصا - متوسط الخصم بمعدل ٣٠٪	٢٤٠ر-	
صافي بيع النسخة	٥٦٠ر-	
ناقصا - ما يخص النسخة من :		
حقوق تأليف (١٠ ٪ من سعر البيع)	٨٠ر-	
تكاليف اضافية (٢٥ ٪ من صافي البيع)	١٤٠ر-	
اعلان	٥٠ر	
	٢٧٠ر-	
الحد الفائض لسداد تكاليف انتاج النسخة	٢٩٠ر-	

عدد النسخ الحدية لتغطية التكاليف (النقطة الحدية) = ٣٩٢١ نسخة

وبناء على ذلك فاذا نشر الكتاب وطبع منه ٥٠٠٠ نسخة بسعر بيع النسخة الواحدة ٨٠٠ مليم - وبنفس الشروط السابق الاشارة اليها ، فان الناشر يدرك انه سيفضى تكاليف النشر اذا حقق بيع ٣٩٢١ نسخة من الطبعة .

وربما وجد القارئ تسلية في دراسة النقطة الحدية للطبعة البالغ كميتهما ١٠٠٠٠ نسخة .

الحقوق الإضافية

الإيرادات السابق مناقشتها في جميع الأمثلة السابقة تنحصر في مبيعات الكتب . ولكن يجب ألا يغيب عن أذهاننا أن هناك إيرادات آخر بالرغم من أنه عنصر غير فعال في صناعة النشر غير النامية ، وهذا الإيراد هو من ناتج بيع أو الترخيص باستخدام ما يسمى « بالحقوق الإضافية » . ويتضمن ذلك الترخيص لنشرين آخرين آخرين باعادة طبع النسخ ، أو بضمين حقوق التراجع ، أو بالأذن بالاعتباس من المعاجم أو كتب الدراسة التي يصدرونها ، وبالرغم من أن كل هذه الميزات تذهب معظمها للمؤلف لا للنشر ، هذا بخلاف التراخيص التي تمنح للسينما أو الراديو أو التلفزيون .

وقد سردنا الكثير عن هذه الحقوق الإضافية في الفصل ١٨ ، وبخاصة بالنسبة للإيراد الذي يوزع بين النشر والمؤلف .

ولكن يجب ملاحظة أن هناك نزعة في البلاد المتقدمة في صناعة النشر في السنوات الأخيرة ، وبصفة خاصة في أمريكا بشأن الحقوق الإضافية، حيث تغطي الفرق بين إجمالي أرباح وخسائر الناشر .

فبعض الناشرين الأمريكيين لا يحققون أرباحا إلا في حدود ٢ في المائة أو ٣ في المائة ، وأحيانا يحققون خسائر على عملياتهم الحقيقية في نشر الكتب، ولكنهم يجنون أرباحا ضخمة من الحقوق الإضافية بما يغطي نتائج أرباحهم أو خسائرهم من النشر .

وفي آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية لا يجنى الناشر أرباحا كبيرة في الوقت الحاضر من هذه الحقوق الإضافية .

وقد تصبح ذات أهمية كبيرة عندما تطبق قواعد التوزيع على مستوى واسع ومع زيادة طبيعية في كميته الكتب التي تطبع بأسعار أقل للاستفادة من الكتب التي سبق نشرها بواسطة نشرين آخرين .

وإذا سار من نشر الكتاب في نفس الطريق الذي تقدمت فيه دول أوروبا وشمال أمريكا فإن حقوق التأليف المدفوعة إلى الناشر الأصلي تصبح موردا للإيراد باشتراك نوادى القراءة لاعادة الطباعة أو بالتوزيع على مستوى واسع للكتاب .

اقتصاليات الناشر

هناك آلاف من الطرق لكي يضاعف الناشر من أرباحه بخلاف هدفه الاساسى من بيع كتب أكثر .

وتخفيض المصروفات في قسم التحرير أو في الإنتاج ، أو في المصروفات البيعية ليس ضروريا لكي تزداد الأرباح ، فانه ربما تأثرت من ذلك المبيعات بالنقصان نتيجة هذه السياسة الاقتصادية الخاطئة .

والامثلة على السياسة الاقتصادية السليمة والخاطئة نوقشت في عدة فصول من هذا الكتاب .

واننا لنشير باهتمام الى الفقرات الواردة في هذا الفصل فيما بعد حول نوعين من المصروفات لا مفر منهما ويرتبطان ببعضهما ببعض ، وهما الاستخدام الطويل الاجل وفائدة رأس المال الذى يحتاج اليه الناشر لهذا الاستخدام أو الاستثمار مستقبلا .

رأس المال والفوائد

المصروفات الثابتة في أى مشروع هى استخدام لرأس المال اللازم والفوائد التى تدفع على رأس المال المستثمر في المشروع من وقت لآخر تظل لازمة حتى يتم استعاضتها من الإيراد .

والفوائد هى كلفة لهذا الاستثمار حتى ولو لم يلجأ الناشر للاقتراض . وحتى إذا كان محظوظا ولديه الفائض من الاموال السائلة ، ولم يقرض من

البونك او من آخرين فان هذا المال الفائض كلن من الممكن استثماره في مشروعات أخرى غير استثمار نشر الكتب .

وربما كان في هذا الفصل على وجه التحديد المكان المناسب لإبراز المبادئ التى يهدف لها هذا الكتاب ، سواء كانت هذه المبادئ فى ظل الاقتصاد الاشتراكى أم الاقتصاد الرأسمالى ، فانها تخص الناشر الذى يعمل لحسابه الخاص فقط .

وربما كانت الاهداف والقواعد فى كل من النظامين مختلفة ، ولكن الناشر الواعى فى ظل أى نظام هو الذى يراعى جميع الاعتبارات والعوامل السابق الإشارة إليها خاصة عوامل تخفيض التكاليف .

والقضية التى نحن بصيدها حول موضوع فائدة رأس المال حتى فى دور النشر المملوكة للدولة ، فانه حتى الناشر الذى يطالب بحصة من الدخل القومى لاستثماره فان هذا الجزء من الثروة القومية يمكن استخدامه فى وجوه أخرى فى الدولة اذا لم تستخدمه الدولة فى مشروعات النشر .

وناشر القطاع العام الحريص على أموال الدولة سيراعى فائدة رأس المال على استخداماته فى مشروعاته خاصة عند تفكيره فى الاستثمارات طويلة الأجل سواء احتسبت هذه الفائدة فى دفاتره أم لم تدرج بها .

وبالرجوع الى تساؤلنا حول اعتبار فائدة رأس المال كتكليف على نشر الكتب أم لا ، فان ذلك يتضح لنا من التمعن فى كلفة هذه الفائدة للأنواع الثلاثة الآتية :

الفائدة كتكاليف على المبيعات العادية

الدفعات المقدمة التى يسبدها الناشر للمؤلف ، وكذلك ما يدفعه الى تاجر الورق والمطابع ، وعلى « النعمات » التى يتحمل إبقاؤها لدى بعض عملائه على الأقل لبعض الوقت ، وكذلك المصروفات العادية الثابتة وغير المباشرة لإدارة منشأته للنشر .

الاستثمار في المخزون السلمى

إذا ما تذكرنا الكميات الاضائية التى قلم الناشر بطبعها بغية تخفيض الكلفة عند اجراء الطباعة العادية ، ربما فكر الناشر فى زيادة الكميات المطلوبة من كتاب لمواجهة توريداته السنوية •

وربما كانت هذه السياسة مريحة لسنوات مقبلة حيث سيحقق ايرادا بدون تحمل اعباء أخرى لتكاليف الطبع •

ومن الضرورى الموازنة بين التكاليف والسياسة الاقتصادية للطباعة .

ولكن كل ذلك يقيد رأس المال وفى نفس الوقت يترتب عليه أعباء التخزين ومصروفات التأمين •

الاستثمار طويل الاجل

وهذا النوع من الاستثمار الذى ربما لا يحقق فيه اى عائد للأموال خلال السنة التى صرفت فيها •

والاستثمار طويل الاجل يصبح ذا أهمية جوهرية أكثر من اى نوع آخر بالنسبة للناشر الفرد والصناعة النشر فى الدولة التى هو جزء منها •

ويساعد أيضا فى استخدامات مختلفة منها :

— تجارب فى طرق جديدة لزيادة التوزيع •

— مشروعات طويلة الاجل كمشروعات المسلسلات الادبية وأنواع جديدة من الكتب الدراسية ، أو المساهمة فى الاكتتابات ومشروعات الخدمات ... الخ •

— مشروعات لصالح صناعة النشر كالاتحادات وشركات تجارة المحلات او جمعيات تعاونية للتمويل أو للخدمات الخاصة بالصناعة ... الخ •

وهذه المشروعات الطويلة الاجل نوقشت فى مواضع أخرى من هذا الكتاب ، ونود أن ننوه بأن الناشر الذى يتجاهل هذه المشروعات فانه لا يخدم الواجب

الوطني وكذلك يوجه نفسه لمستقبل مظلم • لا يرسم له طريقا للتوسع في عمله او رسالته الوطنية •

حاجة الناشر الى القروض

ان النقص في المخاطرة برؤوس الاموال ، او على الاقل رؤوس الاموال التي يحجم أصحابها عن استخدامها يعوق التنمية في كل من آسيا وأمريكا واللاتينية •

وتظهر حدة المشكلة في صناعة نشر الكتب عنها في صناعة الطباعة، ربما لان شعور المستثمرين كامن في الماكينات الملفوسة وتحت شعور بتجميد رأس المال يجعل ذلك من أكثر الامور تأثيرا في تقدم النشر في تلك البلاد •

وليس آثار تلك القوى التي تحول دون استخدام رؤوس الاموال مقصورة على كميات الطباعة الصغيرة بأسعار عالية فقط ، ولكنها ايضا توقف المحاولات البعيدة المدى لاجال طويلة في تلك المشروعات ولصالح الناشر والمجتمع .

ونظرا لان صناعة نشر الكتاب صناعة صغيرة ، وصغيرة في اقتصادها وأجلها القصير عند مقارنتها بمشروعات ضخمة كصناعة الاسمنت أو مصانع الصلب أو خدمات الموانئ، لذلك فان الذين يخططون للدخل والاقتصاد القومي نادرا ما يقيمون وزنا لاحتياجات الناشرين للقروض •

وآثر ذلك على الناشر أنه لا يحصل على الاموال اللازمة بغائدة معقولة بل ترتفع أحيانا حتى تصل فائدتها الى ٢٥ في المائة أو أكثر وهذا بالطبع مناهض للثروة القومية •

ويمتد آثر ذلك ايضا عليه من حيث عدم قدرته على زيادة الكميات المطبوعة بخلاف اضافة قيمة هذه الفوائد الى نفقة الكتاب مما يضاعف من قيمته عند بيعه ومما يجعل هذه العناصر تتحكم في ظروفه ، ولذلك فان المبدأ الذي يهدف اليه اقتصاد النشر من حيث كميات أكبر بأقل كلفة لن يصبح معمو لا به .

ومن الاسباب الضرورية لايجاد التعاون الكامل بين الناشرين والرسميين المسؤولين عن التخطيط والتمويل هو ايضاح هذه الحقائق ، ليس لمصالح الناشرين ولطالبهم الخاصة ، ولكن لمصلحة الاقتصاد الوطنى .

وعلى الاخص حاجتهم الى المعاونة الفعالة من بعض الجهات كوزارة التربية والتعليم وقادة التعليم فى البلاد لبيان عائد هذا التعاون على هذه الصناعة الضرورية لخدمة الصالح العام (١) .

الاقتصاد والخدمة العامة

ليس من حق الناشر أن يطلب معاونة المجتمع دون أن يرفع مصالحه ، وليس ذلك يوما بيوم ، ولكن بالخدمة المستقرة للمستقبل كما أوضحنا آنفا ، وهناك طرق أخرى لخدمته .

فاحدى طرق الاستثمار طويل الاجل أن يعمد الناشر الى الوصول الى المستهلك بطريق رسم سياسة تخفيض أسعار بواسطة انتاج الكتب، وحتى ذلك فبطريقة نظرية قد لا يتحصل منها الا على أرباحه الاضافية .

وهناك وسيلة أخرى يعمد اليها بعض الناشرين تعتبر أحيانا أن هذا الاستثمار ما هو الا شرف كبير بالنسبة لخدمة المجتمع فى اصدار كتاب معين قد يكون لازما للمجتمع ، أو قد يكون ضروريا لكاتب كبير ، ومع ذلك فان الناشر متأكد أنه لن يحقق من ذلك الكتاب أى ربح .

وقد تكون مناقشة التزامات الناشر تجاه المجتمع مناقشة فلسفية أكثر من موضعها فى هذا الباب للاقتصاديات .

ولكنها فى الواقع مناسبة هنا .

(١) التخطيط الممول به فى الجمهورية العربية المتحدة وفى ظل قوانين مساهمة الدولة فى شركات القطاع العلم ينظم عمليات التمويل والتسهيلات الائتمانية بغوائد محددة بقوانين وتمستيد منها شركات النشر التى تسهم فيها الدولة .

وكثير من دور النشر التي تعمل في صناعة الكتب الناجحة في البلاد المتقدمة في العالم قد اكتسبت احترام وثقة المؤلفين والموزعين والمثقفين والقراء عن طريق التوضحية بمصالحها التجارية في سبيل خدمة المجتمع حتى ولو لم يكن لديها من الامكانيات الملموسة ما يسمح بتلك التوضيحات .

وبالرغم من أن تلك الدور لم يكن لها الصبغة التجارية فانها لم تتخل عن دورها ازاء الحقائق الصعبة التي واجهت اقتصادها .

ولعلمها أن المنشأة التي تسعى لاستقرار طويل الاجل يجب أن تضحي وتخاطر من أجل المستهلك .

وناشر الكتب ، كغيره من رجال الأعمال ، من حقه على المجتمع أن يحقق ربحا عن طريق نشر الكتاب .

ومن أجل هذه الميزة فله يدفع ثمن تلك المغامرة بأمواله في سبيل المجتمع .

الفصل الرابع

إنشاء التحرير : أفكار ضمن كتب

ان الناشر الجالس في انتظار المؤلفين والمترجمين لكى يأتوا اليه بالخطوط ، سوف ينتهى به المطاف الى أن يطبع قائمة من الكتب لا هى فى العير ولا فى التنفير ، وسيكون ربحه قليلا ، لا مناص . فى حين أن الناشر الذى يبتغى اسداء خدمة طيبة لمصلحة الجمهور ولمصلحة حافظة نقوده ، يسعى ويمضى فى سبيله ويبذل الجهد ليحصل على الخطوط ، فهو لا يقتصر على محاولة الحصول على احسن الخطوط المؤلفة التى كتبت فعلا ، وانما يشجع ويؤازر ويوجه كتابة الخطوط الجديدة التى تهديه بصيرته الى انما ستطلب حاجة ، وتسد نقصا ، وسيكون لها ، من ثم ، سوق رائجة .

وهذا السبيل برمته يسمى : « تنمية التحرير » ، او بعبارة أكثر حيوية : « تحويل الأفكار الى كتب » . وعندما يوضع عمل اطوار التحرير موضع التنفيذ ، فلننا نقول عندئذ ان الناشر يؤدي دوره بكل وضوح بهذه الصفة المزدوجة كسياسى ثقافى ذى حنكة وفراهة ، وكرجل اعمال بعيد النظر . والامران مكملان بعضهما لبعض لا انفصال لهما ولا مسبيل الى التفريق بينهما ابدا . ذلك ان النظرة البعيدة الحدى لازمة لمصلحة الناشر الاقتصادية تماما مثل لزوم ما يتوقعه المجتمع من الناشر ان يؤديه للمصلحة العامة .

عمل الحرر

ان قسم التحرير فى اى دار من دور النشر ، سواء اكان مؤلفا من هيئة كبيرة من المتخصصين من مختلفى الأنواع ام كان مجرد ركن واحد فى عقل الناشر نفسه فى نطاق مؤسسة فردية من شخص واحد — هو مفتاح

النجاح أو الفشل . والمخطوط هو الركيزة التى يبنى عليها كل شيء آخر فى نشر الكتاب . وما لم تكن ثمة أفكار لها أهمية أو فائدة للناس ، وتقدم بطرق يسيفها الجمهور ويتقبلها ، فلا جدوى من نشر الكتب بتاتا .

وهذا الفصل يقتصر على معالجة الدور الاستراتيجى الذى يقوم به المحرر . أما الفصل التالى فيتصدى لوظيفة أخرى من وظائف التحرير ، وهى اعداد المخطوط للطابع ، ولكن هذا العمل الهام يأتى بعد أن يقرر واضع السياسة التحريرية آیا من الكتب خليفة بأن تنشر .

والمحرر الحكيم لا يعتمد على نفسه وحده فى اتخاذ هذه القرارات . فثمة مواهب أخرى كثيرة يستطيع أن يستقى من مناهلها ، حتى ولو كانت مؤسسته صغيرة . وإذا كتبت المؤسسة كبيرة بحيث يكون لديها أقسام منفصلة للإنتاج والبيع ، فإن المحرر يستعين بها ، ولكنه ، إذا اقتضى الأمر ، يحاول بنفسه أن يحصل على نوع المعلومات التى كتبت هذه الأقسام خليفة بأن تمده بها .

على أن النقطة الرئيسية ، هى أن المحرر ، فى تنفيذ مراحل أعمال التحرير ، يجب أن يضع نصب عينيه ، على نحو ما ، وجهات نظر كل فروع نشر الكتب ، ولا يقتصر فحسب على الاعتماد على أحكامه الفكرية عن القيمة الأدبية لمخطوط ما ، آیا كان مؤلفه .

ولشرح هذه النقطة نقول : إذا قدر قسم الإنتاج نفقات طبع مخطوط ما ، ثم قال قسم البيع أن ثمن البيع الضرورى بالنسبة لتلك النفقات خلىق بأن يكون باهظا جدا بالنسبة للجمهور ، فإن المحرر فى هذه الحالة يساوره الريب ، أو على الأقل يكون أقل ثقة فى امكان نشر المخطوط ، عما كان عليه قبل الحصول على هذه الأحكام الاقتصادية العملية . أو — بطريقة أخرى — قد يخشى المحرر أن يكون مخطوط ما من النوع المثير ، عديم الأمل من الناحية العملية ، حتى يقوم قسم الانتاج بدراسته دراسة عملية تضع المشروع فى قالب ملائى واضح المعالم يتضح معه أن الثمن من الممكن أن يكون منخفضا

على نحو غير متوقع ، أو حتى يدبر قسم البيع طريقة جديدة للبيع لولوج سوق جديدة كبيرة .

وعلى الرغم من المطلب التحريري الأساسي — وهو ورود مؤلفات ومخطوطات جيدة الى دار النشر — فإن مما يساعدنا على دراسة وظيفة المحرر أن نلقى أولا نظرة على ما يحدث عندما يصل المخطوط . وبعد ذلك ، سنعود الى الخطوات التي يتسنى للمحرر أن يتخذها لكي يضمن أن مزيدا من المخطوطات الجيدة تتدفق في ذلك التيار الموصول .

التصرف في المخطوطات الواردة

إن جانب الصيانة البحث ، أو حفظ المخطوطات الواردة ، جدير بالانتباه الدقيق . ولهذا دواع وأسباب في غلبة الأهمية ، منها على سبيل المثال تلافى التعاسة وسوء الظن وفقدان الثقة التي يمكن أن تنجم عن فقد المخطوطات . ومنها أيضا ما يحدث من تأجيل وتسويق في الرد على المؤلفين بالقبول أو الرفض لمؤلفاتهم .

بيد أن هناك سببا أكثر أهمية ، ألا وهو تأكيد وضمان النظام والذكاء والأمانة في الدفع قديما ، بأهم عمل مفرد على الإطلاق في نشر الكتب ، وهو تقرير هل ينشر الكتاب أم يصرف عنه النظر . إن التصرف الموفور العناية بالمخطوط ولو كان « مجرد حفظه وصونه » خليك بأن يكون الأساس الراسخ لقسم جيد من أقسام التحرير .

وعملية حفظ سجل بسيط يمكن أن تبين للمحرر تاريخ تسلم المخطوط ، وتاريخ إرساله لفاحص خارجي ، وتاريخ أعادته للمؤلف ، الخ . ويمكن عمل ذلك بضروب مختلفة من الوسائل — على بطاقات ، أو بالتسجيل في « دفتر الاستاذ » ، الخ .

ونظام قائمة البطاقات له بعض المزايا ، لأن المرء عندئذ يستطيع أن يرتب في نسق بالحروف الأبجدية عشرات أو مئات أو آلاف المخطوطات التي فحصت

من قبل . واذا استخدمت هذه الطريقة فان بطلقات المخطوطات التى لا تزال تحت الفحص لا توضع عادة فى القائمة الأبجدية الرئيسية حيث ربما يكون من العسير سرعة استخراجها ما لم تميز بعلامات خاصة ، وانما بدلا من ذلك يمكن حفظها فى قسم صغير منفصل . وبهذه المناسبة ، فان طريقة كتابة القائمة الرئيسية للمخطوطات ينبغي ان تكون تحت اسم المؤلف (م فهرسا بالاسم الاول والاخير طبقا للعادة السارية فى البلد) ، ذلك لان اسم المؤلف لا يتغير ، ولكن عنوان الكتاب قد يتغير أو يغفل ، أو ربما لا يتذكر المرء اذا ما كان مخطوط ما فى « علم الاجتماع » فهرسا تحت حرف ع ، أو « مقدمة لعلم الاجتماع العام » فهرسا تحت حرف م .

ومن الطبيعى ان اية مؤسسة نشر جديدة ، ترد اليها مخطوطات قليلة فى البداية ، ولكن العدد يزداد ازديادا هائلا بمضى الوقت . وكلما اكتسبت المؤسسة شهرة ونبوغ صيت . وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، فان دار نشر ذات حجم متواضع ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، من النوع الذى يصدر خمسين كتابا جديدا فقط كل عام ، قد تتسلم مقدار ألف وخمسمائة مخطوط فى العام . والمشكلة ، قد تكون أكثر صعوبة ، فى معنى ما ، فى الدول النامية . فعلى الرغم من أن العدد الحقيقى للمخطوطات قد يكون أصغر ، الا ان جمهور الكاتبين اقل فهما للمقومات التى تجعل الكتاب خليقا بأن يطبع وينشر ويذاع . ثم ان مؤسسات النشر الناشئة لا تتوافر فيها ، على الأرجح ، هيئة الموظفين والخبراء من أصحاب الكفاية والدراية ، الموجودين لدى المؤسسات القديمة الراسخة ، والقادرين على البت السريع فى معظم المخطوطات الواردة التى لا تصلح للنشر مطلقا . وهذه النقطة تنضى الى القضية التالية موضوع اهتمامنا ، وهى الطريقة التى يفحص بها الحرر مخطوطا للنشر ، وكيفية مساعدة وتعاون الناس الآخرين معه فى اتخاذ القرار الحاسم بنعم أو لا .

فحص المخطوطات لنشر

ان فحص المخطوطات التى لن يقدر لها ان تنشر ، يمكن ان يكون عملا باهظ التكاليف . ولا مناص من تقبل بعض هذه النفقة لكى تنظر بالمخطوطات التى سوف تنشرها . ولكن لب المقدرة والكلفة فى اى قسم من اقسام التحرير هو ايجاد الوسائل الكفيلة بخفض تبديد الوقت والمال ، الى الحد الأدنى الممكن ، فى اعتبار التحرير ، عند فحص المخطوطات التى مصيرها الرفض فى النهاية . ان المارب هو ان تحصر استعمالك للوقت والمال ، ما استطعت الى ذلك سبيلا ، بحيث يكون مقصورا على نسبة ضئيلة من طوفان الوارد الكلى — اى على تلك المخطوطات التى سوف تحظى أخرا بالموافقة ، او على الأمل باحتمال الموافقة . وبمباراة موجزة تلك المخطوطات التى ستعال كلمة « نعم » او كلمة « ربما » .

ومن البديهي انه من المستحيل فى الواقع من الأمر ، ان يفرغ المرء الأمر على هذا النحو البسيط ، اذ لا يستطيع اى امرئ ان يستيقن مقدما ، اى المخطوطات يندرج تحت طائفة «نعم» وايها يندرج تحت طائفة «ربما» . ولكن من المحقق ان فى وسع المرء ان يتخذ كثيرا من السبل فى خفض نسبة تبديد الوقت والجهد والمال فى فحص المخطوطات التى مصيرها ، لا محالة ، ان تنتهى بكلمة «لا» .

ان كثيرا من المخطوطات خليقة بأن ترفض على الفور دون النظر حتى فى جودتها او كيفها ، اذا كانت من النوع الذى لا يلائم مؤسستك لسبب او لآخر ، ولنضرب لذلك مثلا : كتابا دينيا يقدم لنشر متخصص فى علوم الطب . او من الممكن ان ترفض المخطوطات بدون اى مزيد من الفحص اذا لم تكن فى حالة صالحة للقراءة ، او اذا كانت مطولة جدا او مختصرة جدا بالنسبة لنوع معين من الكتب ، (وهنا لا جناح فى شيء من التردد او التروى بسبب امكان التعديل او الملائمة كشكل من اشكال التطوير التحريرى ، كما سيذكر فيما بعد) .

ومن المرجح ، على سبيل الحدس ، أن نسبة تتراوح بين النصف والثلاثين من المخطوطات الواردة يمكن نبذها ، لا على أساس الجودة ، ولكن على أساس عدم صلاحية البحث .

« **القراءة الأولى** » : في كثير من دور النشر بعد وضع « المستحيلات » جانباً ، فإن المخطوطات الأخرى تقرا قراءة أولية على يد واحد من هيئة التحرير . وقد تكون القراءة الأولى مجرد عملية فحص عينات من المخطوط والقاء نظرة عامة شاملة ، ويفرض تقرير ما اذا كتبت المؤسسة رغبة في قبول ثمن الفحص الحقيقي بوساطة قراءات أخرى يقوم بها أعضاء آخرون من هيئة التحرير أو فاحصون خارجيون . فإذا كان قسم التحرير يتألف من محرر واحد فقط ، ومحدود الميزانية ، فإن المحرر قد يترك كل عمل آخر ويعتمد قراءة المخطوط ، وهو في هذه المرة يقرؤه من أوله لآخره وبكل دقة وتحيص . فإذا ما عن لرئيس التحرير بعد التشاور مع غيره من الزملاء ، وبعد فحص الآراء التي انتهى إليها الآخرون ، أن يستمر برأى فاحص خارجي ، فانه في هذه الحالة يستعين بمن يعتقدون انه خير من يحكم على صلاحية المخطوط للنشر .

« **الفاحصون الخارجيون** » : ان الفاحص الخارجى ، عادة ما يكون متخصصاً في مادة موضوع المخطوط ، او حجة في الأسلوب الأدبى ، او جهبذاً من جهابذة أصحاب الدراية والمراة والخبرة .

واذا كان الناشر محدود الميزانية ، او في حالة عمر مالى ، فقد يبدو تبنيراً ان يدفع مالا بسيط يده به كل البسط . لفاحص خارجى في حين ان المؤسسة لديها هيئة تحرير خاصة بها . ولكن ذلك المبلغ الزهيد الذى يدفع لقاء الفحص يعتبر لا شيء اذا تورن بالفسارة التى تنجم عن قرار خاطيء بقبول نشر كتاب كان من الاولى رفضه بلديء ذى بدء .

هنا تلعب الحصة دورها ، اذ يجب ان يسود النطق طبعا في هذه الحالات ، لان الناشر الذى لا يتجنب محائر الخطأ بسبب كرازته او جعله

يده مغلولة الى عنقه ، خليف بأن يبدد كل موارده ، اما على قراءة ومحص كتب لن ينشرها على أية حال ، واما عدم استئجار فاحص خارجي لازم في بعض الحالات اكتفاء برأى محرري المؤسسة . هنا تلزم الموازنة الذكية بين دواعي الفحص الخارجى ، ودواعى الاكتفاء برأى المحرر الداخلى .

ومن جهة أخرى ، فان وجهة نظر الفاحص الخارجى اذا كانت مختلفة عن وجهة نظر الفاحص الداخلى ، خليفة بأن توضح الفرق النهائى ليس فقط في تقرير الحكم مع نشر الكتيب أو ضده ، ولكن أيضا في اقتراح تنقيحات ومراجعات قد تحول كتابا جيدا فحسب الى كتيب ممتاز يشار اليه بالبنان .

« اعتبارات أخرى » : وحتى بعد كل القراءات والفحوص التى تتم على يد أعضاء هيئة التحرير أو الفاحصين الخارجيين ، وحتى اذا اتفق الجميع على صلاحية المخطوط للنشر ، فان رئيس التحرير قد يظل أبعد ما يكون عن اتخاذ قرار نهائى .

ولذلك دواع واسباب منها : أولا ، قلها يستطيع ناشر ان يبيت في امر كتاب معين في حد ذاته وقائما بذاته . وانها هو في العادة يتعين عليه ان يقارن مزايا مخطوطات عديدة بسبب ادراكه بان في وسعه ، بدون زيادة الموظفين أو التوسع في مساحة المؤسسة ، ان ينشر فقط عددا محدودا من الكتب الجديدة في السنة المقبلة . أو كثيرا جدا ما يحدث في الدول النامية ، حيث تندر قروض المصارف للنشرين ، أو تتم القروض بربا فاحش ، فان راسمال الناشر قد يحول دون انتاج الكتب الجديدة بالمعد الذى يتوق اليه . أو — وهذا ضرب من الاحبط القاسى عندما تكون هيئة موظفى الناشر ورأسماله كافيين بدرجة كبيرة لزيادة الانتاج — قد يكون ثمة نقص في ورق الكتيب أو أدوات الطباعة .

لكل هذه الأسباب ، التى يقابلها الناشرون غالبا في أى مكان ، وبصفة خاصة في الدول النامية ، ثمة حاجة الى عبقرية حقيقية من جانب الناشر في موازنة كل العناصر والعوامل المختلفة . فهو يعتبر أولا ميزة الكتيب

ذاته ، ثم ثانياً — وان كان ذلك في نفس الأهمية أولاً من الوجهة العملية — يعتبر كيف يتلامس الكاتب في الإطار العام لعمل الناشر ، ليس فقط في ضوء آماله وخطته ، ولكن أيضاً في ضوء الموقف الاقتصادي العام .

وموجز القول ، أنه فيما يلي ملخص للموارد والمصادر التي يتعين على الناشر أن يستقي منها عندما يتخذ قراراً بالموافقة أو عدم الموافقة على نشر الكتاب :

١ — معرفته الخاصة بالكاتب والتربية والثقافة . معرفته بما يدور في الدنيا وحاسته الخبرة التي تشتمل رد فعل الناس حيال الكتاب .

٢ — المحررون المتخصصون من الخبراء في داخل المؤسسة اذا وجدوا . ان دور النشر الكبرى خليفة بأن يكون لديها خبراء أصحاب موهبة خاصة في القصص أو كتب الأطفال أو العلوم ، الخ .

٣ — الفاحصون الخارجيون ، أي القارئون الذين يقرعون المخطوطات لقاء أجر معلوم ثم يشارون على الناشر في سرية تامة بشأنها . والاختيار الدقيق للفاحصين الخارجيين يعتبر عملاً من أهم أعمال الناشر . وهم مفيدون بطريقتين :

(أ) تزويد الناشر بمواهب خاصة يتصالح منها لا تتوافر عنده في هيئة موظفيه .

(ب) تزويد الناشر بوجهات نظر أخرى قد تصحح أو تؤيد آراء موظفي دار النشر المسؤولين .

٤ — أقسام الإنتاج والبيع لكي يقدموا المشورة في صورة عملية بالقياس إلى السبل المقترحة آنفاً .

٥ — القسم المالي (وهو في مؤسسة صغيرة قد لا يعنى أكثر من الناشر نفسه وهو يفكر في رصيده في البنك والتزاماته وأعبائه وآماله المرجوة في

الربح) . وهذه الخطوة لها أهمية كبيرة ، سواء اكلت المؤسسة لديها قسم مالى مستقل أم لا . وهذا أمر واضح بصفة عامة ، ولكننا سنرى فى سياق لاحق من هذا الفصل ، أن ثمة علاقة خاصة بين « تخصيص رأس المال » وكلفة عملية التحرير .

٦ - فى بعض الحالات قد يرغب المحرر وقسم البيع فى اختبار تخميناتهم عن السوق بلجراء نوع من « البحث الميدانى » . وبالنسبة لمشروع صغير ، فإن ذلك قد لا يعنى أكثر من القاء بضعة أسئلة على عدد من بائعى الكتب والقائمين على أمر المدارس ، الخ . ولكنه بالنسبة لسلسلة مقترحة من الكتب أو مشروعات أخرى تتطلب تمهيرا ماليا ، فقد يبدو من الضروري عمل دراسات وبحوث أكثر دقة وانتقانا ، أو عمل اختبارات فعلية فى مشروعات ريادية من المعروفة ببحوث الطليعة التى تجس نبض السوق .

وبعد تلقى كل الأحكام والنتائج المستقاة من مصادر من هذا القبيل ، فإن الحقيقة الحاسمة هى الطريقة التى يضم بها الناشر كل العناصر والعوامل معا ثم يتخذ قراره النهائى . وحاصل كل قراراته على مدى السنين هو التعبير الدال على شخصيته .

وليس من المحتم على كل الناشرين أن ينشروا نفس النوع من الكتب . فثمة مؤسسة قد تقرر أن تعطى اهتماما خاصا للكتب الدراسية ، وأخرى للأدب ، وثالثة للعلوم البسيطة للناس ، فى حين تكون لديها قائمة عامة فى نفس الوقت . وقد تخصص دار من دور النشر نفسها لنوع خاص من الإنتاج أو عدد قليل من الميادين . وقد تنقسم دار نشر كبيرة الى عدد من الأقسام ، لكل قسم منها رئيس تحرير خاص يتبع سبيلا معيناً لا يتجاوزها الى غيره .

والشئ الهام فى هذا الصدد هو أن تكون مؤسسة النشر أو أقسامها ، ذات شخصية متميزة وواضحة الملامح ، ونزاهة تحريرية تتسم بالأمانة والاستقامة . إن نفرا من الناشرين البدعين من أمثال سودجاتموكو فى أندونيسيا ، والفرد نوبف فى الولايات المتحدة الأمريكية ، والسير آلين لين فى المملكة المتحدة ،

وستتياجو سالفان في اسبانيا ، وجونزالو لوسادا في الأرجنتين ، وجوزيه اوليمبو في البرازيل ، قد اكتسبوا شهرتهم ، ليس فقط كرجال أعمال ناجحين ، ولكن لأن أسماء مؤسساتهم على غلاف الكتاب تعنى شيئا للقارىء .
واقوى حجة تؤيد قبول مخطوط ما في اجتماع المحررين في أى بلد ينبغى ان تكون « هذا هو كتابنا » .

كيف تلقى المخطوطات للنشر ؟

ان كثيرا من المخطوطات لا تاتى للنشر من تلقاء نفسها . وحتى عندما يبدو ان الناشر لا يد له في اقتناع المؤلف بارسال المخطوط ، فان البحث الدقيق خليق بأن يبين ان المؤلف ارسل المخطوط الى ذلك الناشر بالذات بناء على اقتراح شخص آخر . وقد يكون الذى اوحى اليه بذلك بائع كتب ، او أمين مكتبة ، او معلم من المعلمين ، او مؤلف آخر ، او أى شخص آخر عليم بكفاية الناشر ، وباهتمامه الخاص بذلك النوع من الكتب ، او بسجله السابق الدال على حسن قيامه ومعالجته لكتب أخرى عن ذلك الموضوع .

وهذا يؤكد ان سمعة الناشر ، في شئون تحرير الكتب ، كما هو الشأن في كل شيء آخر ، هى كنز الذى لا يفنى وغوثة الذى يجعل عسر غيره يسرا له .

والناشر الجديد يفتقر الى هذه الميزة طبعا ، ولكن اخلاص مقاصده وصديق نوابه وفكاه تخطيطه ، خليقة بأن تتضح للمؤلفين الى حد ما ، ثم ان اتقانه لكتبه الاولى القليلة التى يصدرها كليل بأن يخلق له « سلسلة موصولة من رد الفعل » تشيع رأيا حسنا وسمعة طيبة بين كتاب الوطن .

بيد ان الناشر الذى يعمل فقط على المخطوطات التى تأتية في عقر داره استنادا الى شهرته العامة ، ان يقدر له ان يظهر بقائمة النشر التى يبتغيها ، لذلك ينبغى له ان يأخذ بزمام المبادرة بكل قوة ، وان يقدم ولا يحجم ، خصوصا

إذا كانت مؤسسته في مستهل حياتها لا تزال غير ذائعة الصيت لدى المؤلفين أو الناس الذين يؤثرون في المؤلفين ويوحون اليهم بالمشورة التي لها وزنها .

هيئة الموظفين

ان قسم التحرير — سواء أكلن شخصا واحدا أم جماعة كاملة من الناس (وهذا أمر يتوقف على حجم دار النشر) — تقع على عاتقه المسؤولية الرئيسية لجلب المخطوطات . ولكن في أية منظمة حية نابضة ، فإن كل شخص في دار النشر يعلم أن المحررين يميلون وجدانيا وعاطفيا الى اقتراحات المخطوطات التي يجلبونها ، وأعضاء قسم البيع — وخصوصا أولئك الذين هم على صلة دائمة ببياتى الكتب وأمناء المكتبات ورجال التربية والتعليم — غالبا ما يكونون مصدرا طيبا لاقتراحات التحرير . ثم ان بقى الكتب الدراسية ونشرها لهم صلات وثيقة بصفة خاصة ومفيدة كما هو مبين ، على نحو أوفى شرحا في الفصل الحادى عشر .

« **الكشافون الأدبيون** » : وبالإضافة الى هيئة موظفى الناشر والمستشارين المتطوعين ، قد تقوم علاقة رسمية مهنية مع نفر من « الكشافين » الذين يعملون نيابة عن الناشر في اجتلاب المخطوطات وتوجيهها الى رئيس التحرير الخالص بالناشر . أو قد يعين الناشر « محررا خارجيا موضوعيا » (غالبا ما يكون أستاذا جامعيا أو باحثا متخصصا يودى العمل على أساس بعض الوقت) من المتفهمين بالمادة المتابعين للكتب التى تكتب فى الميدان ، أو المطلوب كتابتها فى مادة تخصص الأستاذ أو الباحث ، والتى قد تكون قصصا أو اقتصادا أو علم نفس ، الخ .

وثمة تعبير آخر من نفس هذا النوع العالم ، وهو تعيين « محزر علم » خارجى لسلسلة معينة من الكتب بحيث يضطلع هذا المحزر الخارجى بالعبء الأكبر من العمل الخاص بالمكتبة فى تلك السلسلة ، والتى تكن المحرر الخاص للناشر خليقا بأن يؤديها بدلا منه .

والأجر الذى يدفعه الناشر لتلك الضروب المختلفة من « الكشافين » عادة ما يكون « جملا » صغيرا ، على أساس عدد النسخ التى تباع من الكتاب ، كما هى الحال بالنسبة للجمال المنظم المعتاد الذى يدفع للمؤلف بمثابة حق معلوم يخول له حصة فى الأرباح .

الجوائز : معظم الجوائز الأدبية فى العالم تشجع التأليف عموما بمنح جوائز بعد نشر الكتب . وهذه هى الحال فى الجوائز القومية والدولية . وهى ذات فائدة كبرى للمجتمع ، إذ أنها تلفت النظر الى الكتب القيمة ، ثم أنها تؤكد اهتمام الجمهور بقيمة وأهمية الكتب بصفة عامة . والناشرون الذين يهتمون بالصلحة العامة لصناعة الكتب القومية فى المدى الطويل ، يدركون فائدة تشجيع وتعضيد واعانة هذه الجوائز والمكافآت ، كما سنذكر فى الفصل السابع عشر .

بيد أن هناك نوعا آخر من الجوائز الأدبية ، التى يمنحها الناشرون كأفراد . مكافأة عن أحسن مخطوطات من أنواع معينة بالذات تقدم لهم خاصة قبل النشر . ومثل هذه الجوائز ، كثيرة بصفة خاصة فى ميدان القصص ، وهى تعتبر فى نظر ملتحبيها مفيدة ليس فقط فى جنب المخطوط الخليق بأن يظفر بالجائزة أخيرا ، ولكن أيضا فى اجتلاب كثير غيره . وحقيقة أن دارا من دور النشر تقدم جائزة لأحسن القصص مثلا ، أنها هو سبيل فعال للقول للجمهور بأن « هذه الدار تهتم بنشر أحسن القصص أو الروايات التى تستطيع هذه الأمة انتاجها » . وهذه الجوائز التى يمنحها الناشرون للمخطوطات التى لم تنشر غالبا ما تكون فى قسمين : مبلغ مئورى مضاف اليه مبلغ اضافى بمثابة نصيب مقدما من حق المؤلف فى الربح المأمول من الكتاب الذى يعتقد الناشر أنه سيكون جزءا من حصته فى النهاية على أساس بيع الكتاب .

الوكلاء الأدبيون : ولتكملة حكاية الطرق المختلفة التى تاتى بها المخطوطات الى الفاشرين ، فلزام علينا أن نذكر « الوكيل الأدبى » ، وأن كان ذلك ليس عنصرا هاما الآن فى آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية . وتختلف الآراء حول

قيمة نظم الوكالة حتى في الولايات المتحدة الأمريكية حيث تذهب الأغلبية العظمى من المخطوطات التي يكتبها مؤلفون محترمون راسخون ، الى الناشرين بواسطة الوكلاء . والوكلاء ، لا يستطيعون ، في أية حالة ، ان ينفقوا الوقت على مؤلفين لا يبشرون بأنهم بقرة حلوب ، ويأنهم سيصبحون جالبين لدخل طيب .

والوكيل الأدبي يعمل للمؤلف لا للنشر . وهو يتسلم المخطوط من المؤلف ويستفتي فيه عددا من الناشرين . ثم ، في حالة التوفيق والنجاح ، يتفاوض في النهاية في شروط العقد مع واحد من الناشرين نيابة عن عميله (المؤلف) . وبعبارة أخرى ، فإن عمله هو الوجه الآخر من العملة بالقياس الى عمل « كشاف » الناشر . ولأن الوكيل يخدم المؤلف ، فإن المؤلف هو الذي يدفع له أجر عمله ، عادة ، بأن يعطيه نسبة معينة من حق التأليف التي يأخذها من الناشر عندما يقرر للكتاب أن يصدر أخيرا .

أطوار المخطوط

كل من يمنيهم الامر من المهتمين بتشجيع كتابة الكتب الجيدة الصالحة محررو الناشر ، والكشافون والوكلاء الأدبيون — يفكرون دائما ليس فقط في المخطوطات التي يكتبها المؤلفون فعلا ، وانما أيضا في الكتب التي تؤهل اهتمامات المؤلفين ومواهبهم وخبراتهم لكتابتها . فإذا بدت هذه الأفكار لا تزال صالحة بعد الدراسة والفحص ، فإن الناشر عندئذ يناقشها مع انسب المؤلفين الممكنين لكتابتها ، ثم بعد ذلك يخطط المؤلف والناشر معاً ، الخطة الرئيسية لتنفيذ الفكرة . وعلى سبيل التشجيع للمؤلف ، وكثليل على حسن نواياه ، فإن الناشر في هذا الطور قد يعطى المؤلف عقدا ويمنح له مبلغا مقدما من حصته في حقوق النشر — التي في مأمول كليهما — أن يؤتيها الكتاب في النهاية .

ولا جناح علينا في هذا السياق أن نقدم طائفة من الأفكار الجديرة بأن يحولها

المؤلف الى كذب . وهى افكار خليقة بان تنتج ضروريا متنوعة من الكتب .
وهى خليقة بان تطرا على ذهن اى محرر بطرق مختلفة عديدة .

بعض الأمثلة

— شخصية محترمة ذات مكانة لدى الجمهور — عمل طويلا كيندوب
لوطنه لدى الأمم المتحدة حيث قام بدور قيادى فى أحداث العالم ، وهو على
وشك اعتزال الخدمة والاحالة الى المعاش . ويمكن اقتناعه بكتابة مذكراته .
— كاتب من كتّاب القصص القصيرة ازدادت شهرته لدى الجمهور على
نحو موصول ، كلما ظهرت له قصة قصيرة ، وقد حان الوقت لجمع قصصه
المنشورة فى كتاب ونشرها كوحدة متكاملة .

— عالم من العلماء البارزين ممن اكتسبوا شهرة كيتحدث عام ومبنيح ،
وله موهبة خاصة فى تبسيط الحقائق العلمية الكثيفة للكافة من غير المتخصصين
وفى شرحها بفراهة وطلاوة ، ومن ثم يقتنه الناشر بأن يحول بعضها من احسن
احاديثه الى فصول لكتاب ، وأن يكتب فصولا جديدة ليملا بها ما عسى أن
يكون من نجوات فى الموضوع . وابلان منقشة الموضوع مع المؤلف يتضح
أن المؤلف معجب بفنان معين ، ماهر فى رسم الرسوم التوضيحية البسيطة
للموضوعات العلمية ، وعلى هذا يكلف الفنان بالعمل مع المؤلف فى انجاز
الرسوم التوضيحية للكتاب .

— اكبر علماء الاجتماع البارزين فى الوطن ، انتقد فى حديث عام او مقال
بالصحف الكتب الدرانسية الأجنبية الخاصة بعلم الاجتماع فى جامعته ، لان كل
الأمثلة والحالات المذكورة فى الكتب مستقاة من ثقافة أجنبية لا تمت الى
المشكلات المحلية بسبب . فى هذه الحالة يستطيع المحرر أن يشجعه على كتابة
كتاب دراسى جديد فى علم الاجتماع تستقى أمثله من الظروف والاحوال
الاجتماعية الحقيقية الواقعية فى ثقافته .

— رسام موهوب ، لم يسبق له أبدا أن عمل رسوما توضيحية للكتب، قد

سلى نفسه او تفكه على سبيل التجربة بعمل رسوم توضيحية يشرح بها دور الحب شاعر قومي لدى المواطنين ولتكرم رولجا . يستطيع المحرز أن يدبر لقاء بين الرسام والشاعر ويعقد اتفاقا بحيث يصدر نسخة بالرسوم التوضيحية لاختارات من اشعار الشاعر .

— ككتب من اعظم كتب البلد — يعلم الناس أنه يعمل منذ سنوات في كتابة قصة كبيرة جديدة ، وتتسرب الأنباء انه « متمتر » ، في حالة احباط سيكولوجي ، ويمر بعسر أو حصر . في هذه الحالة قد يستطيع محرر ذكي لطيف التدخل على النفوس عطوف أن يساعد المؤلف على تفريغ كريبته واثقلته من عثرته واخراجها من غيلة الجب الذي اوقف تياره وارقه من امره عسرا .

— راية شعبية محبوب من رواة القصص الشعبية للأطفال بالخيال ، يمكن اقتناعه بكتابتها مع الرسوم التوضيحية المناسبة ، لكي تنشر ككتاب قراءة اضافية تزود به مكاتب المدارس .

— مصور بارع ، صور اشباعا لهوايته وارضاء لذوقه الفني — صورا لأضرحة الأولياء والامكن القومية المقدسة والاثار لسنوات عديدة ، يمكن حثه على تحويلها الى كتاب مصور للدراسات التكميلية بالمدارس .

ومن الواضح ، من هذه الامثلة ومن كثير غيرها مما يخطر على بال القارئ ان المفهوم السابق للمحرر ككاسك منعزل غير دنيوى يعمل قلبا في برج عاجي أو في صومعة بعيدة معزولة عن العالم ، انما هو مفهوم عفى عليه الزمان وأصبح نسيا منسيا . ان المحرر الخلاق الحقيقي يجب أن يكون منتبها يقظا سريع الاستجابة والخفتان ، ليس فقط للاتجاهات الثقافية والفكرية في بلده وفي البلاد الأخرى ، وانما لتغيير حركة الأحداث الموصلة برمتها في العالم الحديث . وهو لا يركز عينيه فحسب على حاجات واهتمامات الحاضر ، وانما يرنو ببصره وخياله للمستقبل ، ويهفو بوجوده الى المستقبل البعيد ، وبإلهامه الى وحدة الزمن في ماضيه وحاضره ومستقبله .

والإلهام لازم في كل امر يتعلق بأطوار التحرير ونموه ، بيد انه أكثر أهمية

ولزوموا في طور بعين بلاذات ، الا وهو مرحلة تطوير ونمو المشروعات الكبرى التي سنتناولها بالبحث فيما يلي :

مشروعات التنمية الكبرى

سنعالج في هذا القسم مشروعات التنمية الكبرى التي تعتبر اعمالاً رئيسية قد تمتد على مدى فترة طويلة من السنوات ، وقد تتضمن كثيراً من المؤلفين ، ومواهب كل قسم من أقسام دار النشر ، (وعادة) رأس مال كبير للتمثيل قد يمضى وقت طويل قبل أن يؤتى اكله ويغل أرباحه ، أو يرجع الى أصحابه . ومسألة تمويل مشروعات التنمية بسوف نتلقت في فصل خاص لاحق ، وهي خليقة بأن تبين لنا ان هناك وسائل للتقليل من خطر المشكلة بطرق معينة،حتى بالنسبة للمشروعات الكبيرة .

السلاسل : ان اوضح نوع من مشروعات التنمية الكبرى هو سلسلة كتب عن موضوع عام ، أو ذى طابع عام ، مثل سر عظماء العالم ، أو الاحداث التاريخية ، أو قصص الاطفال بنفس الشخصيات الرئيسية المتصلة ، أو مقدمات للعلوم الرئيسية ككتب اضافية للقراءة . وبعض السلاسل قد تكون ذات حدود واضحة ، كما هي الحال ، على سبيل المثال ، هي سلسلة عن رؤساء الجمهوريات في الأمم المختلفة ، ولكن بعض السلاسل « مفتوحة » من حيث النهاية ، ويمكن ان تستمر وتستمر مادامت ناجحة .

وكذلك بعض السلاسل تحتاج الى تخطيط خاص وإعلان ودعاية لدى الجمهور من اول الامر ، في حين ان البعض يمكن ان تنمو طبيعياً ، بل وربما دون الاشارة الى « سلسلة » حتى يتم نشر كتابين نلجحين أو ثلاثة . واية سلسلة من النوع الأخير ، تعتبر أسهل ، بلا ريب ، لكي يشرع فيها الناشر ، تحريرياً واقتصادياً على السواء ، ولكنها تقتدر أيضاً الى الاثر والنفع والمد الجماهيري التي تأتي من الإعلان الجريء عن سلسلة جديدة .

ولا جناح علينا في هذا السياق من أن نعود الى الاشارة الى تعليقنا السابق عن « مجرى المواد » والمحررين المموميين الذين يساعدون محرر الناشر

في التخطيط التحريري . فمن الواضح ان خدمات هؤلاء الخبراء المختصين الخارجيين ذات قيمة خاصة في تدبير وتخطيط السلاسل .

وعلى أية حال فان اصدار سلسلة من السلاسل لا تقتصر قيمتها فحسب على فوائد البيع (التي سنفحصها في الفصلين الثامن والتاسع) وانما لها ايضا ميزة تحريرية واضحة في أنها خليقة بأن تجذب الى الناشر احسن المخطوطات عن الموضوع الذي تنصدي له السلسلة .

الكتب الدراسية وكتب القراءة : ان المشكلات الخاصة والفرص الخاصة التي تقسمها سلاسل الكتب الدراسية والكتب الاضافية للقراءة بالمدارس سوف تناقش في الفصلين الحادى عشر والثانى عشر . ولكن يجدر بنا ان نذكر هنا ان هذه المشكلات والفرص تزودنا بأوضح مثال لمشروعات التنمية الكبرى ، التي غالبا ما تكون في شكل سلاسل والتي تتضمن مجهودا عظيما على فترة طويلة من الزمن .

كتب المراجع : ان المشروعات التي مثل المعاجم « القواميس » والموسوعات والاطالس ، حتى ولو كانت في مجلد مفرد بدلا من سلسلة ، يمكن ان تكون أعمالا كبرى رئيسية تتطلب سنين لاعادادها ورؤس أموال هائلة تستثمر فيها قبل ان يبدأ العائد يرجع أخيرا في صورة دخل المبيعات .

ومشكلات التحرير الخاصة بمثل هذه المشروعات تختلف اختلافا بينا عن تلك المشكلات التي يصانفها التحرير في اعداد أنواع أخرى من الكتب ، بحيث ان الناشرين ينشئون قسما خاصا لهذا الغرض . ثم على خلاف الوضع المعتاد ، فان قسما كبيرا من العمل يمكن ان يؤدي في دار النشر على يد موظفى الناشر .

تمويل التحرير

ان تنمية مشروعات التحرير تتكلف مالا مقدما ، بمعنى انه يدفع قبل الحصول على الدخل او العائد على أية حال ، ولو لم يكن الا بسبب نفقات الناشر في الاحتفاظ بهيئة من الموظفين ذات اهلوية ودراية في تخطيط وتنفيذ مشروعات التنمية . ولكن هناك أيضا نفقات من الحساب الجارى لأبد منها

لندفع مبالغ للمؤلفين والفنانين ورسامى الخرائط ، الخ ، مقدما ، وكذلك بحث السوق المامول للمشروع فى التخطيط التفصيلى ، وعملية الترويج الأولى (مقدما) التى يقوم بها قسم البيع ، والتكاليف الكثيرة (خصوصا فى حالة السلاسل) التى يتطلبها دفع الثمن مقدما لكميات كبيرة من الورق ، ودفع مستحقات الطابع لقاء صف الحروف وعمل الرواشم «الكليشييهت» حتى قبل أن تطبع ولو نسخة واحدة ، (وفى حالة السلاسل التى يتعين فيها طبع كل المجلدات فى نفس الوقت) فثمة رأسمال ضخم لابد أن يستثمر فى صناعة كاملة للسلسلة برمتها قبل تسلم روية واحدة أو قرش واحد أو غلس واحد أو بيزو واحد من دخل البيع .

جدول الحاجات : فى مواجهة المشكلة الكبرى لتمويل مشروع كبير ، فإن الناشر يحاول أن يدرس ليس فقط التقدير الإجمالى للنفقات والتقدير الإجمالى للدخل ، وإنما أيضا التوقيت اللازم لكل أشواط المشروع بحيث يعرف بصفة علمية متى يتعين عليه دفع الأقساط المطلوبة منه ، ومتى يمكنه أن يتوقع ورود الدخل أو العائد المالى من المشروع .

وفى حالة عندكبير من سلاسل الكتب التى يطلق عليها « نصف مستقلة » فقد لا تتطلب الحلجة سوى تمويل المجلدات القليلة الأولى من السلسلة ، إذ قد يتبين للناشر أنه بمجرد أن تبدأ العملية بداية صحيحة ، فإن دخل المجلدات السابقة كفى لتمويل المجلدات اللاحقة .

ولكن هناك مشروعات وخصوصا الكتب الدراسية وكتب المراجع لا يمكن تقسيمها الى أجزاء بهذه الطريقة . ويتعين على الناشر أن يغامر بشجاعة ، بل ويقامر ، ويتمهد بكل الالتزام منذ البداية ، مضمحيا بأقساط من رأسماله الخاص العامل ، بل وكثيرا ما يضطر الى اقتراض مال من مستثمرين يثقون به ويمشروعه .

القروض : تجدثنا فى الفصل الثالث عن الحاجة الى نظام من القروض على أساس تجارى لناشرى للكتب اذا أريد أن يبنوا للمستقبل . وهذه الحاجة

واضحة بصفة عامة ، ولكنها أمر بالغ الحرج على الاطلاق فيما يتعلق بالمشروعات الكبرى لتتمة التحرير ، بسبب طول الاجل الذى يستثمر فيه المال قبل ان يأتى بأى عقد أو ربح . وانه لما يجافى العقل ويثاقى المنطق أن يدفع ناشر الارباح المفروضة على القروض فى السوق المصفق على رأسمال مستثمر فى مشروع ممتد على أجل طويل من السنين .

العلاقة بين تنمية التحرير وخطط التسويق

بالنسبة لمشروع أى كتاب ، فإن المصّر اذا كان حسيفا حكيما لابد ان يسأل دائما : « من سيشتري الكتاب ؟ » هذا بالإضافة الى اعتبار الكيف الادبى ، واذاقته واهتماماته الخاصة وعناصر أخرى لا مناص منها . أما بالنسبة لمشروعات التنمية الكبرى ، على غرار تلك التى ناقشناها فى السياق السابق ، فقد يكون مما يلقى بالمحرر فى التهلكة أن يخطط دون التشاور والمشاركة الكاملة مع زملائه فى قسم البيع .

عمل الفريق مع البائعين : قد تكون لدى المحرر فكرة مستفيرة عن سلسلة كتب من المأمول أن تروق لجمهور كبير على نطاق واسع ، ولكنه خلىق بأن يوصف بالطيش اذا بدأ يبرم العقود مع المؤلفين بكتابة الكتب قبل أن يقوم قسم البيع بدراسة التوزيع الجمعى بأسعار زهيدة ، متبعا إحدى الخطط المقترحة فى الفصل الثالث عشر .

أو قد تكون لدى المحرر خطة مدهشة لمجموعة من كتب القراءة الإضافية للاستعمال فى المدرسة ، ولكن ما لم يتبين قسم البيع كيف يمكن بيع هذه الكتب للمدارس فى الواقع من الامر ، أو للطلاب بناء على تركية وتوصية المدرسة ، فليس ثمة جدوى من الشروع فى المشروع . وفى الحقيقة فإن كل شيء يتعلق بعمل الكتب للاستعمال التربوى بالذات يتطلب تعاوننا وثيقا بين المحررين والبائعين وبين دار النشر بصفة عامة ، والسلطات التعليمية فى البلاد .

كتب طريقة الاشتراك : ثمة طريقة للتسويق لم تتخذ سبيلها على نطاق واسع فى معظم الدول النامية ، ولكنها أثبتت نجاحها وأهميتها على مدى السنين فى

الولايات المتحدة الأمريكية ولوريا وأمريكا اللاتينية ، وهي تسمى البيع بالاشتراك . وأكثر ما تستعمل هذه الطريقة في السلاسل ذات المجلدات المتوالية العديدة ، مثل « دائرة المعارف البريطانية » ، أو « كتاب المعرفة » للصغار . وهذه الطريقة موصوفة في الفصل الرابع عشر ، ولكن ينبغي أن ننكر في هذا السياق أن تخطيط التحرير ، وتخطيط التسويق ينبغي أن يعملان معا مع يد في تعاون وثيق .

الكتب الجارية لزاء « قائمة ظهر الغلاف »

ولسوف تصادفنا أمثلة أخرى لعمل الفريق التعاوني بين المحررين والبائعين ونحن نجوس خلال صفحات هذا الكتاب ، ولسوف نرى دائما أن عمل الفريق يؤدي وظيفته في كلا الاتجاهين : فأخصائي البيع ، وخصوصا فيما يتعلق بالكتب التربوية على الأرجح ، يمكن أن يكون من أهم مصادر الأفكار للمحرر . وكل أعضاء الفريق سوف يفكرون دائما ليس فقط في كمية البيع في عام النشر ولكن خلال السنوات اللاحقة ، سواء من الطبعة الأصلية أو التي أعيد طبعتها .

وقوة « قائمة الظهر » أي امكانية بيع أو رواج الكتب التي طبعت في السنوات السابقة ، تعتبر أحد العناصر الحاسمة المؤثرة في الريح الموصول للنشر وخدمته المستمرة للصالح العام .

وفي بعض أنواع النشر ، مثل كتب المعرفة العلمية المتضلعة ، فإن النشر « لقائمة الظهر » يكاد يكون هو كل المسئولية . (ان دار طباعة جامعة اكسفورد تفاخر بكل زهو بأن طبعتها من الانجيل القبطي بيعت آخر نسخة منها بحيث نفدت الطبعة أخيرا ، بعد مائة وخمسين عاما !) وبالنسبة لأي ناشر فإن « قائمة الظهر » هي مفتاح نجاحه خلال الأعوام ، وهي وسام فخار واعتزاز ومورد لدخل موصول .

الفصل الخامس

تحرير المخطوط

للمحرر وظيفتان .. الأولى التى سبق ان شرحناها فى الفصل السابق عن تنمية التحرير ، وهى التماس المخطوطات لكى يحررها ، او المسمى فى طلب المؤلفين لكى يكتبوها . اما الوظيفة الثانية ، وهى موضوع هذا الفصل ، فلا تبدأ الا بعد ان يستقر الرأى على نشر المخطوط . وهذه الوظيفة هى تحرير المخطوط واعداده للطابع .

وعملية اعداد المخطوط للطابع تسمى « تنقيح النسخة » . وغرض منقح النسخة هو مساعدة المؤلف على وضع أفكاره فى قالب يتسم باوضح وانظم وافعل طريقة مستطاعة ، وان يعد المخطوط اعدادا يترتب عليه تنقيحه من كل شائبة بحيث يكون سليما اتيقا ، وبحيث يوضح عليه كل التعليقات اللازمة للطابع مما يخفض التصحيحات الى الحد الأدنى الممكن من نفقة المال والوقت .

وهذه طبعا ، فائدة للنشر الذى يدفع الأجر ، ثم هى فى المدى الطويل ، فائدة محققة لجمهور القراء .

وكما هو الشأن فى كل شيء آخر فى هذا الكتاب ، فان المبادئ العامة تنطبق على أى دار نشر من أى حجم . فنية دار نشر كبيرة جدا لا يتوانر فيها قسم كامل للتحرير فحسب ، وانما اقسام فرعية متخصصة فى كتب فى ميادين معينة كالعلوم ، والاقتصاد ، وكتب الأطفال .

بيد ان ما نقوله هنا ، صحيح بالنسبة لمحرر واحد فى مؤسسة صغيرة ، بل وبالنسبة لمؤسسة او شركة يقوم فيها فرد واحد بكل الاعمال سواء بسواء .

وبعض الناس يرون أن من الخير ، حتى في مؤسسة كبرى أن يكون المحرر الذي قام بالمفاوضات السابقة على النشر مع المؤلف ، هو أيضا المنقح الذي يعالج المخطوط في كل مراحله حتى لحظة النشر . وهذه إحدى الحجج المنطقية بالنسبة لمؤسسة نشر صغيرة حتى يتمنى المحافظة على العلاقات الشخصية المباشرة من البداية الى النهاية ، بدلا من معالجة المخطوط بطريقة « خط التجميع » المعروفة في الصناعة ، في قسم كبير ذي طابع غير شخصي ، بمعنى أن المخطوط ينتقل من يد الى يد طورا بعد طور .

أن العلاقة الشخصية أمر له قيمته وأهميته لدرجة أن رئيس التحرير أو مدير المؤسسة أو دار النشر ، حتى في بعض المؤسسات أو الدور الكبرى ، يعمل أحيانا كمحرر منقح لبعض المؤلفين الكبار الذين كتبوا كتباً ساعد هو في تسيير دفتها في مرحلة سابقة .

وفي بعض المؤسسات الكبرى ، يقوم منقح المخطوط بتصحيحه ، ثم بعد ذلك يضطلع شخص آخر يسمى محرر الإنتاج بمسئولية التنسيق مع الفئتين والطابع ، ويشرف على الإنتاج الفعلي بما في ذلك تجارب الطبع .

على أننا ، بالنسبة لغرضنا في هذا السياق ، من الأسهل أن نفترض أن المنقح مسئول عن كل أمر يتصل بالتحرير من اللحظة التي تقرر فيها المؤسسة نشر مخطوط ما حتى يسلم الطابع الكتاب في صورته النهائية .

ولا مراء في أن ثمة اجماعاً على أن ذلك هو أحسن سبيل على أية حال ، وبهذا يكون منقح النسخة هو « الرجل المسئول » من البداية الى النهاية .

هو العضو المفرد في هيئة موظفي الناشر الذي يعرف كل شيء عن الكتاب إبان إنتاجه .

وفي أثناء تلك الفترة فهو يمسك بزمام كل العلاقات مع المؤلف ، أو المترجم ، أو الرسام ، أو المصور ، أو الطابع .

تنقيح نسخة المخطوط

من المفروض أن المؤلف أو المترجم يسلم المخطوط في صورة معدة للطباعة .
ومنذ بدء تاريخ الطباعة لم يستطع مؤلف أن يفعل ذلك في الواقع من الأمر .
ولا مراء في أن الناشر الذي يفشل في اتقان عملية التنقيح وتنقية المخطوط من
كل شائبة إنما يتسبب في نفقت اضافية ما كان اغناه عن دفعها ، بالاضافة
الى الهبوط بمستوى الكتب ، ومستوى خدمة الجمهور .

ونظرا لان قراء هذا الكتاب ينصب اهتمامهم على النشر بلغات مختلفة
مكتوبة بحروف طبع خطية مختلفة ، بل والقراءة نفسها في اتجاهات مختلفة ،
فليس ثمة مسوغ للطبائ في التفاصيل الخاصة بعمل منقح المخطوط .

وايا ماكانت اللغة ، فالمحرر المنقح يحاول اعداد المخطوط على نحو بحيث اذا
نقله الطابع طبق الاصل بالضبط فانه بذلك يتطابق مع رغبة المؤلف في الطريقة
التي يريد أن يظهر بها كتابه مطبوعا .

وقد يبدو ذلك السبيل ميسورا ، ولكنه في الواقع من الامر من اشد الاعمال
عسرا في عملية النشر ، لانه يتضمن آلافا من التفاصيل التي لا يمكن حتى
للمؤلف نفسه ، أن يفكر فيها قبل الأوان .

ونقول « حتى المؤلف نفسه » قد يغفل بعض التفاصيل التحريرية ولكن أولى
بنا أن نقول « وبخلفة المؤلف » لأن قليلا من المؤلفين من يعتبرون محررين
منقحين ممتازين لكتبهم نفسها .

ذلك أنهم يكلفون كلفا شديدا بهزى ما كتبوا لدرجة أنهم قد يعجزون عن
تبين ضروب الخطأ والنواقص فيما كتبوا فعلا .

وبصرف النظر عن حقيقة أن المحرر المنقح الذي يستأجره الناشر يتعلم أن
يكون من أهل الخبرة له عين لاقطة في ملاحظة هذه الأمور ، فهو أيضا يمتلك
بميزة ليست عند المؤلف ، وهي أنه يرى عمله بعين جديدة .

ولامراء في أن النثر الحكيم خليف بأن يحدد هذا الصنيع إذا كان على يده
بأن المحرر المنقح إنما يريد فحسب أن يزيد افكار المؤلف وضوحا وإبالة وصحة .
لا أن يقحم افكاره فيها .

أما الأشياء التي يتعين على المحرر المنقح أن يفعلها فيمكن إيجازها تحت
رؤوس المسائل الآتية ، والتي سوف نقتولها بالشرح والتحليل تباعا وبحسب
ترتيبها الوارد في هذا الفصل .

١ - وضوح الكتابة .

٢ - الخلو من التناقض .

٣ - القواعد اللغوية .

٤ - الأسلوب .

٥ - صحة الحقائق .

٦ - القانونية (الجواز قتلونا) واللباقة (من حيث عدم مفاجأة العرف
السائد) .

٧ - التفاصيل الخاصة بالانتاج .

١ - وضوح الكتابة

كل حرف من كل كلمة من المخطوط ينبغي أن يكون ليس فقط ميسور القراءة
للطابع ، وإنما أيضا واضحا بحيث يكفل السرعة والسهولة في القراءة حتى
يتسنى له أن يركز كليا على عمله الفني الصعب عند صف الحروف دون أن
يشغل باله بما قصد المؤلف أن يكتبه من حيث المعنى .

وشمة دول نامية كثيرة فيها صفاقون للحروف (أو جماعون للحروف) ، على
الرغم من سرعتهم الفائقة في تميز الجروف المفردة ، إلا أنهم يكادون يكونون
لميين . ولهذا فلن من الأهمية بكان أن يكون المخطوط واضحا . وإذا كان لابد من

اجراء عدد كبير من التصحيحات والمداخلات فى المخطوط ، فينبغى للمحرر المنقح ان يعيد نسخ الصفحات الكثيرة الاخطاء والمداخلات . او اذا كان المخطوط بخط اليد لسبب او لآخر ان تعدد كتيبه من جديد فى نسخة واضحة نظيفة .

اما اذا كان المخطوط فى حالة ميئوس منها ، عند تسلمه اول مرة من المؤلف . فان المحرر المنقح يطلب من المؤلف ان يأخذ ثانياً ويعيد تسليمه فى شكل أحسن . وهو ينوه فى هذا الصدد بأن ذلك فى مصلحة المؤلف نفسه (الى جانب ان ذلك شرط من شروط العقد) بسبب عدد الاخطاء التى سوف تنتج عن ذلك اذا اضطر الطباع الى ان يعمل فى مخطوط مختلط كثير الشطب ، تصعب قراءته .

وفى المخطوط التى تستعمل الحروف الرومانية (التركية ، والاندونيسية ، والملايو ، والاسبانية ، والبرتغالية ، والفرنسية ، والانجليزية ، والسواحلية واليوروبا ، والايجو ، والهوسا ، ومعظم لغات الافريقيين جنوبى الصحراء الكبرى) ينبغى ان يطلب من المؤلف او المترجم ان يكون المخطوط منسوخا بالالة الكاتبة دائما .

اما فى المخطوط مثل العربية والفارسية ، حيث يستعمل النسخ على الآلة الكاتبة غالبا ، وان لم يكن ذلك دائما ، ففى وسع الناشر ان يدلى بحجتين للمؤلف لتسوية ضرورة النسخ على الآلة الكاتبة .

(١) على الرغم من ان خط اليد العربى الجيد اكثر جاذبية وايسر فى القراءة من المنسوخ بالالة الكاتبة ، الا ان الكتابة بخط اليد تتفاوت تفلوتا كبيرا . وتجاسر وتوحيد وانتظام المنسوخ بالالة الكاتبة على نسق واحد يساعد الطباع على المزيد من السرعة والمهولة فى العمل .

(ب) بالاستعانة بالالة كاتبة وورق الكربون ، فمن الايسر والارخص عمل نسخة ثائية من المخطوط فى نفس الوقت . وهذه النسخة الثانية فى غاية الاهمية والقيمة ، ليس فقط كتأمين ضد ضياع النسخة الاخرى ، ولكن لفيئتها كمرجع فى تناول يد المؤلف عندما تكون النسخة الاصلية فى يد الطباع . وينطبق

مطلب وضوح الكتابة ، طبعاً ، على ملاحظات المحرر المنقح وتعليماته التي يسجلها للطابع فوق المخطوط (انظر القسم السابع من هذا الفصل) بقدر ما ينطبق على كلمات المؤلف في المخطوط سواء بسواء . ان مسئولية المحرر المنقح الشاملة تقتضى اعداد المخطوط بكل وضوح وجلاء ، بحيثان الطابع دون ان يتوقف ليفكر ، يستطيع ان يبين ما يريد المؤلف ان يجده في حروف مطبوعة .

٢ - الخلو من التناقض

بعض الناس يتحدثون عن المحرر المنقح على اعتبار انه «يصحح» المخطوط ، وهو فعلاً يقوم بتصويب كثير من الأخطاء في الواقع من الأمر ، كما سنرى فيما بعد .

بيد ان هناك عملاً أكبر من ذلك وهو الجهد الذي يبذله في جعل المخطوط رصيناً ، على نحو ما ، في الاختيار بين الأبدال المتاحة في التهجى ووضع الفواصل والتنقيط ، وعلم جرا .

وحتى في حالة ما يكون هناك هجاءان بديلان لكلمة واحدة ، وكلاهما « صحيح » ، فان ذلك لا يسوغ للمؤلف ان يتخذب بين الاثنين ، مستعملاً هذا مرة ، وذاك مرة في فصول الكتابة المختلفة .

فهذا التناقض خليك بأن يزعم القارئ جداً ، ثم انه يحدث اثراً مريكاً على جامع الحروف ، الأمر الذي يزيد من نفقة الطباعة ، لا مناص .

وفي اللغات التي لها معاجم «قواميس» راسخة تتميز بعمومية الشيوخ والمرين والقبول ، مثل معجم «قاموس» اكسفورد ولاروس ومريام ويبستر — على سبيل المثال لا الحصر ، فان مهمة المحرر اسهل بكثير مما هي الحال في اللغات المقترة الى قواميس بهذا الطابع .

ولسكن ، حتى في اللغات الأوروبية ، فان قواميس نفس اللغة قد تختلف بعضها عن البعض الآخر .

والناشرون في نطاق تلك اللغات ، كثيرا ما يعلنون أن « أسلوب الدار » المطلوب أساسه هذا المعجم « القاموس » أو ذاك ، أو على أساس أحد « كتب الأسلوب » المشهورة لدى الناشرين ، والتي تصدرها بعض دور النشر لكي تباع للجمهور مثل :

Rules for Compositors and Readers at the Oxford University Press, University of Chicago Press Manual of Style, U.S. Government Printing Office Style Manual.

وكما اقترحنا في الفصل الخاص بالترجمة ، فإن من المجدى غالبا ، خصوصا في حالة الكتب العلمية ، أن يترجم الفهرس أولا ، لتقرير المصطلحات على نحو ثابت من بداية الأمر .

وسواء تقبل منقح المخطوط مرجعا ما من المراجع كدليل أو مرشد يستعين به ، أو اصطنع قواعد خاصة به في هذا الصدد ، وهو يضي في عملية التحرير ، فهو مسئول عن التثبت من أن المخطوط خال من التناقض من اوله لآخره مع ضمان وحدة الهجاء والمصطلحات في نسق مطرد .

وسنحاول أن نبين في الفقرات التالية بعض ضروب السياق التي تنشأ فيها مشكلات التناقض أو الاطراشية أو الخلو من التناقض .

ونظرا لوجود اختلافات وفروق شاسعة بين تقاليد وعادات وسنن اللغات المتعددة ، فمن المستحيل أن نضرب امثلة منها جميعا . ولكن الطبيعة العابة للمشكلات يمكن أن تتضح بامثلة ايضاحية من اللغة الانجليزية في تلك الحالات التي نقدم فيها شرحا لهذه الأدلة .

التهجى : ومسألة التهجى ليست مجرد قضية الفروق أو الاختلافات النظامية في نطاق اللغة الواحدة مثل تهجية كلمة Labour الانجليزية مقابل labor الامريكية ، ولكن بصفة اخص مشكلات الاختلاف في كتابة الكلمة الواحدة في حالة صيغة الجمع بطريقتين مختلفتين مثل busses, buses او في

حالات الحروف الموصولة بآخر الكلمة على غرار **Traveling** و **Travelling** .
وملم جرا .

وطبعا ، بالإضافة الى الاختيار بين ابدال الصيغ الصحيحة ، فيتمتع على منقح المخطوط أن يصوب اخطاء الهجاء المعقدة التي لا يسلم منها معظم المؤلفين .

نقل اللفظ بحروفه : بصفة خاصة في عالمنا الحديث الزاخر بتبادل الأفكار والاعلام الثقافي بين مناطق وآفاق تستعمل لغات مختلفة ، فثمة ناحية خاصة من التهجى ، وهى ناحية في غاية الصعوبة ، تتعلق بنقل اللفظ بحروفه من منسخ لآخر .

وتردد المشكلة صعوبة عندما يكون نقل اللفظ بحروفه الى لغة أخرى من الانجليزية التي تستعمل طريقة في الهجاء غير منطقية وفيها شذوذ كثير في القواعد ، مع اختلافات كبيرة ، في كثير من الأحيان ، بين صيغ المكتوب والمنطوق .

والمحرون الاسويون يختلفون فيما بينهم بالنسبة لمسألة هي ينبغي أن يكون نقل الألفاظ بحروفها على أسس نطق الكلمة أو هجائها في الأصل الإنجليزي . ثم ان الافتقار الى المعاجم « القواميس » الجيدة ذات اللغتين مما يجعل المشكلة أكثر صعوبة .

وكل ما في وسعنا هنا هو أن نشير الى مشكلة نقل اللفظ بحروفه على اعتبار انها إحدى المشكلات الرئيسية في العلاقات بين الثقافات ، ونحذر المحررين من منقحي المخطوطات في كلا الشرق والغرب ، على السواء من الأخطاء والمزالق التي ينبغي الاحتراس منها ، والى مقدار الجهد المطلوب لبلوغ المطابقة والرصانة والخلو من التناقض .

وضع الفواصل بين الكلمات : انتقيح المخطوط ، بصفة عامة ، من من الفنون ، وليس علما من العلوم المضبوطة أو المختصة .

وهذا القول صحيح ، بصفة خاصة ، فى حالة وضع الفواصل وما يلحق بهذا
المن من دراية وذوق وتذوق . وثمة أنواع من الفواصل تتصل اتصالا مباشرا
بقواعد اللغة السليمة ، ولكن المسألة فى مجملها تتعلق بالذوق والأسلوب أكثر
مما تتعلق « بالصواب » او « الخطأ » .

ومسئولية منقح المخطوط هى التثبت من أن يكون المخطوط ، ساعة تسليمه
للطباع ، يحتوى كل الفواصل التى تساعد القارئ على فهم ما أراد المؤلف أن
يقوله ، وأن تكون الفواصل متطابقة بشكل معقول وفقا لنظام متفق عليه .

الاختزال : كما هو الشأن فى حالة الفواصل ، فإن معظم المسائل المتعلقة
باختزال الكلمات ليست من قبيل « صواب » و « خطأ » ، وإنما مجرد اتفاق على
مناسبة هل تستعمل هذه الضروب من الاختزال أم لا ، وعلى أى منها هو الذى
يستعمل من بين أبدال كثيرة متاحة . مثلا : هل نستعمل الحرفين الأولين فى
الرتبة العسكرية أم نكتب الرتبة العسكرية بحروفها كاملة مقرونة بالاسم .
وكذلك الأمر بالمقياس الى المقياس ، هل نكتب الرمز الدال على المقياس أم
نكتب الكلمة نفسها (مثل متر أو قدم أو بوصة) . ونفس القاعدة بالنسبة للألقاب
العلمية ، هل نقول الدكتور فلان أم د . فلان ، وهلم جرا .

الصيغ المتناوبة او المتبادلة : ان مشكلة الصيغ المتناوبة او المتبادلة تواجه
منقح المخطوط بطرق كثيرة ، سنذكر منها واحدا فقط على سبيل المثال
لا الحصر .

هل تستعمل الأسماء الجغرافية فى صيغتها المحلية كما ينطقها أهلها أم فى
صيغتها الدولية المتفق عليها ؟

هل نكتب كلمة فلورنسا بهذا الشكل أم نكتب كما يكتبها وينطقها أهلها :
فيرنزي ؟

هل نكتب كلمة فلسطين بهذا الشكل أم بطريقة بالستين (Palestine) ؟
وكذلك الأمر بالمقياس الى القاهرة وكايرو Cairo وهلم جرا .

الاسلوب الموحد بالنسبة للمادة المساعدة : من ضمن الأعمال الرئيسية التي يؤديها منقح المخطوط خصوصا في الكتب العلمية والبحوث المتخصصة ، أن يلتزم وحدة النسق في صيغة عرض المادة المساعدة مثل الجداول والتذييلات والمعادلات الكيماوية والحسابية والاصطلاحات المكتوبة تحت الرسوم التوضيحية أو البيانات الشارحة .

مشكلات أخرى : وثمة عدد آخر في قائمة أعباء منقح المخطوط وهو يسمى الى جعله رصينا متناسقا خاليا من التناقض متطابقا مع القواعد المتعارف عليها .

ومن حسن حظ المحرر الاسوي أن بعضا من هذه المشكلات الإضافية لا تنجم في كثير من اللغات الاسيوية التي تستعمل حروف طبع خطية (أشبه بخط اليد) ليست فيها حروف تاج أو حروف مائلة (في الطباعة) .

ولكن في اللغات التي تستعمل الحروف الرومانية والترقيم الروماني ، فمشكلاتها الكبيرة هي ما يلي :

١ - حروف التاج

هل تستعمل حروف التاج في حالات مثل :

حكومة نيجيريا الفيدرالية بحيث تبدأ كلمة كلمة بحرف التاج في الإنجليزية ، أم تكتب بالحروف العادية ؟

ب - الكلمات المركبة

هل تكتب كلمة الكتب الدراسية باللغة الإنجليزية كلمة واحدة textbooks أم كلمتين بينهما فاصل text-books أم كلمتين منفصلتين text books ؟

ج - تقسيم المقطع

عندما تشطر كلمة في نهاية سطر من سطور الطباعة لكي تكمل في السطر التالي .

د — استعمال الحروف المائلة في الطباعة او وضع خطوط تحت كلمات معينة
او كلمات خاصة ضمن عبارات معينة .

٢ — قواعد اللفة

من ضمن اعمال منقح المخطوط ان يتأكد من صحة قواعد اللفة في المخطوط
عندما يتسلمه الطباع في النهاية .

على انه ليس من السهل الجزم بما هو صحيح فعلا ولو بالنسبة للفتواحدة،
ناهيك عن اللغات الأخرى الكثيرة التي تهم قراء هذا الكتاب .

وعلاوة على مسائل الذوق الشخصي ، فثمة اختلافات تكاد تكون فلسفية بشأن
قواعد اللفة في بعض اللغات ، ثم أن الجنوح الى هذه الاختلافات في الرأي
خليق بأن يكون اعظم بالقياس الى بعض اللغات الآسيوية ، مما هو في اللغات
الأوربية .

وكل ما في وسعنا أن نقترحه كتاعدة في هذا الصدد ، هو أن قواعد اللفة
التي يتفق عليها الناس عموما ، من أصحاب الذوق السليم في المثقفين هي
ما يريد الناشر في كتبه .

ولكن ذلك لا يحل المسألة ، طبعا ، لأن منقح المخطوط يتعين عليه أن يقرر كل
حالة على حدة، عندما تنجم ، طبقا لأحسن ما يتسنى له من حكم .

ان منقح المخطوط يواجه واحدة من إحدى تحدياته الكبرى عندما ينقى
المخطوط من كل شائبة لغوية دون أن يغير أسلوب المؤلف أو الأفكار التي يريد
التعبير عنها .

٤ — الوضوح والأسلوب

ان دقة عمل منقح المخطوط في معالجة قواعد اللفة ، تعتبر هزيلة ضئيلة اذا
قورنت بما يتعين عليه أن يفعله لكي يجعل معنى المؤلف واضحا اذا كان المؤلف
لم يفلح في ذلك بنفسه . فاذا لم يكن ثمة شيء خاطيء فعلا في عبارة المخطوط،

مقد يغضب المؤلف ويحق بسبب أية تغيرات ما لم يشرح له سبب التغيير بكل صبر واثابة .

أما بالنسبة «لأسلوب الكتابة» فان المؤلفين ولهم في ذلك عذر مفهوم ، أكثر حساسية . ذلك أن المؤلفين، وكثيرا من النashرين حقا، يجنحون الى الشعور بأن الأسلوب جزء أساسي جدا من عمل المؤلف، بحيث أن المخطوط لا ينبغي أن يقبل ما لم يكن قبول الأسلوب معه سواء بسواء . وبقينا، هذه هي الحال ، طبعاً، في حالة الادب الابداعي الخلاق ، أكثر مما هي في حالة كتب المعلومات وما شابه ذلك .

مكتب المعلومات والحقائق ، غالبا ما يكتبها مؤلفون أصحاب معرفة متخصصة بمادة الموضوع في ميدان معين بالذات ، ولكنهم قلما يكونون كتابا محترفين ، بل وليسوا بالضرورة من ذوي الخبرة في هذا الصدد .

وفي هذا النوع من الكتب بالذات ، ومع هذا النوع من المؤلفين بالذات ، تنهيا أوسع غرسة لمنهج المخطوط لكي يساعد المؤلف — والغرض — بجعل عرض مادة المؤلف أكثر وضوحا وأوفر ابانة دون أن يحيف على النص المكتوب أو ينقصه من أطرافه أو يضيف من لحنه . هنا تتجلى براعة منقح المخطوط في توضيح ما يحاول المؤلف أن يقوله .

بيد أن منقح المخطوط لابد أن يكون موضع ثقة اذا أريد من المؤلف أن يتقبل التفسيرات التي يدخلها في القواعد أو الأسلوب .

وهنا يجب أن يكون منقح المخطوط دبلوماسيا وأستاذًا في اللغة مألكا لزمها لكي يؤدي هذا الجزء من عمله . والأهم من ذلك كله ، هو الشعور الوجداني في صميم قواذه — وهو شعور سوف يستيقنه المؤلف ويعترف به — بأن مآربه الوحيد هو أن يساعد المؤلف ويشد أزره ويعينه على أن يقول بمزيد من الوضوح ما أراد أن يقوله ذلك المؤلف نفسه أولا وقبل كل شيء .

• - صحة الحقائق

وهذا أيضا جزء آخر من عمل منتقح المخطوط ، من ضمن الاعمال التي يعتبر وضع قواعد لها من اشق الأمور ، فمن الجلى أن المحرر المنتقح ليس لديه الوقت الكافي لكي يتثبت من صحة كل حقيقة في أى كتاب . ولكنه اذا كان واسع الاطلاع غزير المعرفة ولديه المام طيب بكثير من الموضوعات ، فهو خليق بأن يتصيد الأخطاء ويلاحظ النجوات وينظن الى الغلط وهو يقرأ المخطوط .

وهنا يبدو الفرق بين الخبير المحنك وبين الفج الضحل ، فالمحرر الممتاز حقا له « حاسة سادسة » ابداعية خلاقة ، تهديه الى التثبت من العبارات أو الأقوال التي تبدو مريبة أو فيها شبهة .

فاذا قرأ في مخطوط مثلا ، أن جبل كونكاجوا في الأرجنتين ارتفاعة ٢٢٨٣٥ مترا ، فهو خليق بأن يتثبت من ذلك اذا كان موفقا لكي يعرف أن جبل ايفرست يقل ارتفاعه عن ٩٠٠٠ متر . واذا قرأ أى مرجع جغرافى فلسوف يعلم أن ارتفاع جبل كونكاجوا ٢٢٨٣٥ قدما وليس مترا .

أو ، اذا كان الموضوع عن اللغات الآسيوية ، وثمة اشارة الى « السودانية » فان معلومات المحرر العامة خليقة بأن تحقق تلك على أنها كلمة افريقية لا آسيوية ، فاذا ما أمعن في البحث فلسوف يعلن أن المؤلف انما قصد الاشارة الى « السودانية » الآتونيسية .

أو اذا قرأ اشارة الى عمل من أعمال الامبراطور جاهانجير في سنة ١٧٢٠ من الميلاد (حوالى قرن من الزمان تقريبا بعد موت جاهانجير) ، فان ذلك خليق بأن يجعله يقفز ويتثبت مما اذا كانت غلطة المؤلف في التاريخ أو في اسم الامبراطور .

والخدمة التي يسديها المحرر في هذا الصدد ، تكاد تكون لا نهاية لها ، ويجب على المحرر أن يفرض على نفسه قواعد يلتزم بها بشأن المدى الذى يذهب اليه في

هذا الشوط . فإذا ما ظهر خطأ بعد خطأ في الحقائق التي يثبت منها ، فقد يقرر المحرر ولا جناح عليه ، أن يعيد المخطوط الى المؤلف ، أو يعهد به الى متخصص في مادة الكتاب ليراجعه مراجعة كاملة .

٦ - القانونية (الجواز قانونا) واللياقة (من حيث عدم مجفأة العرف السائد)

ان كثيرا من المسائل الخاصة بقانونية ولياقة مخطوط ما ، لا بد أن ينظر في أمرها ويستفتى في شأنها وتحسم قبل قبول نشر المخطوط .

ولكن المحرر مسئول أمام الناشر عن الانتباه تفصيلا لآى شيء في المخطوط قد يكون مضادا لقوانين بلاده ، أو مجافيا لسياسة دار النشر ودينها بالنسبة للأداب العامة أو العرف أو الوفاق أو اللياقة .

وليس ثمة ريب في أن المحرر سيقدر بنفسه عددا من المسائل أو القضايا البسيطة ، التي ليست بذات خطر ، في هذا الشأن أو بالشورى بينه وبين المؤلف . ولكن فيما يتعلق بالمسائل الرئيسية أو القضايا الكبرى مثل احتمال رفع دعوى كذف أو تشهير من جانب من يمسهم نقد في المخطوط ، أو غيبا يتعلق بتعد جارح ضد المعيير المقبولة للأداب العلمية أو العرف السائد ، فهو خليق ، ولا شك ، بأن يأخذ رأى السلطة العليا في دار النشر .

وليس ثمة ريب ، في أن المعايير تتفاوت تفاوتا كبيرا ، ليس فقط من أمة لأمة وبلد لبلد ، بل وحتى من فترة لفترة أخرى أو عصر لعصر في البلد الواحد .

وليس في الوسع نكر القواعد التي ينبغي اتباعها لحل المسائل الكبرى ، عموما .

فكل مشكلة أو قضية أو مسألة ينبغي أن يبت في أمرها على حدة ، وفي حد ذاتها ، في ضوء كل الظروف القائمة في الوقت المعين والمكان المعين الذي ينشر فيه الكتاب .

ولا جدال في أن الضرر ، له أهميته ، كالفكاء سواء بسواء ، في اتخاذ كل قرار .

وثمة قسط خاص من عمل منقح المخطوط ، وهو قسط قد يكون أو لا يكون جزءا من المشكلة القانونية ، هو أن يستيقن من أن المؤلف لا يخرق الحقوق الأدبية للمؤلفين أو الناشرين الآخرين .

وسوف نتصدى لهذا الموضوع في الفصل الثامن عشر .

بيد أنه مما يجدر ذكره في هذا السياق ، أن عدم عضوية بلد من البلاد في الاتفاقية الدولية لحقوق النشر والتأليف ، لا تعفي الناشر ، أو المحرر الذي يعمل له ، من كل مسؤولية .

فأولا توجد قوانين محلية خاصة بحقوق النشر والتأليف في بعض البلاد تحول ، على نحو ما ، دون سرقة حقوق الملكية الأدبية المحلية حتى ولو كان البلد لم يوقع اتفاقية تحمي المؤلفين الأجانب وتضمن حماية حقوق مؤلفيها في الخارج .

ومضلا عن ذلك ، فانه من المصلحة المشتركة لكل المؤلفين والناشرين كطائفة أن تحترم حقوق الغير ، سواء أكان البلد قد اتخذ سبيله لسن القوانين الرسمية في هذا المضمار ، أم لم يبلغ هذا الشوط بعد .

٧ — التفاصيل الخاصة بالانتاج

على الرغم من أن تفاصيل الانتاج، ليست في جميع سبلها ، مسؤولية منقح المخطوط ، اذا كان ثمة قسم منفصل للانتاج ، الا ان منقح المخطوط لا يزال له عمل هام يتعين عليه الوفاء بتبعته فيما يتعلق بالانتاج .

فمنقح المخطوط ، هو الشخص الذي يتعين عليه أن يتأكد من أن المخطوط كامل مائة في المائة حقا (وقليل من المخطوطات في التاريخ كله كانت كذلك عند تسلمها أول الأمر من المؤلف) بما في ذلك صفحة العنوان ، وفهرس المحتويات، والمقدمة والتذييلات ، والرسوم الإيضاحية ، والبيانات الشارحة والخرائط ،

وعناوين الفصول ، وقائمة المراجع ، وقائمة المصطلحات ، الخ، ثم اخيراً بعد ان يتم صف جميع الملائم ، فهرس الكتاب ككل .

المحرر بصفته المنسق بين عمل المؤلف ، والرسام مصمم الغلاف والطباعة ، هو حلقة الاتصال الذي يمثل كلا الناشر والمؤلف في علاقاتهما مع بقية الاطراف المعنية بالأمر .

ولعل من اهم أعمال المحرر — منقح المخطوط ، هي بيان التعليقات اللازمة للطباعة بشأن حجم ونوع حروف الطبع ، وطول السطر ، والمسافات بين السطور ، وغيرها من الامور الاخرى المتعلقة بنظام الكتاب .

فاذا كان ثمة مصمم تنفيذي للكتاب ، ففى وسعه ان يضطلع بمسئولية بيان هذه المواصفات الخاصة للطباعة ، بالتشاور مع محرر المخطوط . ولكن فى أى دار نشر صغيرة ليس عندها مصمم ، بل وربما ليس فيها قسم للإنتاج ، فان محرر المخطوط يناقش امور التصميم مع الطابع مباشرة . فاذا ما اتفق معه على خطة ، فانه يضع العلامات اللازمة فى المخطوط التى يرى من الضرورى ان ينبه اليها الطابع .

(وعلى سبيل المثال : فان محرر مخطوط هذا الكتاب ، او المصمم يعد مناقشة المحرر ، وضع العلامات اللازمة فى مستهل المخطوط لكى يوضح للطابع نوع وحجم حروف الطبع التى يتعين استعمالها فى المتن ، ثم بعد ذلك أعطى تعليمات خاصة بأوائل السطور وتقريب المسافات بين السطور فى مواضع خاصة مثل القسم المعنون « حروف التاج والكلمات المركبة » الى آخره . وكذلك تصفير حروف الطبع فى التذييلات . وبذلك كان جامع الحروف يعلم من أول الأمر ان فى وسعه ان يستمر فى استعمال حروف الطباعة الأساسية والمسافات المعتادة فى الصفحات فيما عدا هذه المواطن بالذات) .

ادوات حرفة منقح المخطوط

ان تليلاً من الادوات المطلوبة فى نشر الكتاب ما هى اشياء ملحية ، ذلك ان

الأشياء الهامة حقا هي عقول وخيال وفكر أعضاء هيئة الموظفين . وهذا صحيح بالنسبة للمحررين مثلما هو صحيح بالنسبة لغيرهم في هذا المجال .

ان ثقافة عامة طيبة ، وتربية واسعة الأفق ، وحب استطلاع فكرى، وشغف علمى ، وحباً للقراءة في ضروب متنوعة من الموضوعات والألأم بها ، وحاسة لغوية على غرار الحاسة الموسيقية — هي أهم أدوات العتاد المطلوب للمحرر متقح المخطوط .

بيد أنه علاوة على ذلك ، ثمة أشياء قليلة مادية يحتاج اليها المحرر أيضا : أقلام (ومن الأفضل أن تكون ملونة لكي تكون ملاحظات المحرر مميزة بوضوح بالنسبة لكتابة المؤلف أو ملاحظاته) . ومقص ومادة لزنق (وليس أى دبائيس أو كلابات لأنها خليقة بأن تتفكك أو تنشب في صفحات اضافية بلا قصد) ، وكذلك ختلمة مرقمة (في أى دار من دور النشر مهما يكن حجمها) لترقيم الصفحات بالتسلسل من أول المخطوط لآخره .

ويحتاج المحرر أيضا الى طائفة من المراجع للثبوت من هجاء الكلمات ، والحقائق والتواريخ ، الخ .

وسواء اكانت دار النشر كبيرة بحيث تتوافر فيها مكتبة للمراجع أم لا ، فينبغى أن يزود كل محرر بمعجم « بقلموس » وموسوعة موجزة (ولتكن موسوعة بلغة أجنبية ان لم تكن هناك موسوعة ميسرة بلغته) (٥) .

أما مكتبة المراجع العلمية اذا وجدت، فهي تشمل عددا من الموسوعات الكبرى العديدة المجلدات بمختلف اللغات، وعددا من المصاحم « القواميس » المتخصصة ، والاطالس ، وطائفة من المراجع الأساسية اللغوية وغير اللغوية المختلفة الأنواع .^١

بيد أن المحرر في وسعه أن ينجز عمله ، على نحو ما ، بأقل ما يمكن من هذه

(٥) لا جناح علينا في هذا السياق من التتويه بالموسوعة العربية الميسرة التي اصبت اداة طيعة باللغة العربية في يد الباحث والقرء والمحرر العربي (المترجم) .

المراجع عند الضرورة ،على أن يستعين بالمكتبة العلمية أو احدى مكتبت
الجامعة بالنسبة للأشياء التى لا يستطيع أن يجدها فى الكتب أو المراجع
الموجودة على مكتبه بصفة دائمة .

المنقحون «الخارجيون»

بعض الناشرين يستعينون فى معظم أعمال التنقيح بأناس من خارج دار
النشر ، يعملون فى بيوتهم لقاء أجر معلوم .

وهذه الطريقة ، جذابة ، على نحو ما ، بالنسبة للناشر الصغير ، لأنها تمكنه
من أن يستخدم أشخاصا ذوي معرفة متخصصة بمادة المخطوط ، وهى بنفس
الوقت توفر نفقة استخدام محررين برواتب ثابتة . بيد أن هذا النظام لا يخلو من
مطن ، وهو أن يعهد بالمخطوط لشخص عديم الصلة الوثيقة بدار النشر ككل .
ثم أن هذا « الخارجى » عادة ما يكون غير مهنى أو محترف فى المعنى الكامل
لعملية النشر .

ولا ريب فى معظم الأحيان على الأقل ، أن المنقح الخارجى عادة ما يكون أقل
مهارة ودربة بالنسبة للتحضير الأول للمخطوط ، وأقل فائدة أيضا ، للناشر ، عن
موظف ثابت دائم فى أشواط التنسيق مع الرسامين والطابعين ، الخ ، كما سبق
الذكر .

وفيما يتعلق بأعمال تجارب الطبع ، التى سنتناولها فى الجزء التالى ، فيتعين
على الناشر أن يعهد الى شخص آخر بإداء ذلك العمل ، إذا لم يكن منقح
المخطوط عضوا ثابتا فى هيئة موظفى دار النشر ذاتها .

وعلى سبيل الموازنة ، فمن الخير ، إذا تسنى للناشر ، أن يكون لديه شخص
مسئول عن التحرير فى عقر دار النشر فعلا ، سواء استعان بأشخاص خارجيين
أم لا ، لأسباب اقتصادية ، أو استخدم مواهب خاصة فى بعض الأعمال المتعلقة
بقراءة المخطوط أو تنظيمه بالعلامات والبيئات اللازمة .

تجارب الطبع

ثمة شخص فى دار النشر - وعادة ما يكون محرر المخطوط - يتسلم تجربة الطبع غير المصححة فور وصولها من الطباع ، ويرسلها الى المؤلف ، ثم يتسلمها ثانية وعليها تصحيحات المؤلف ، ويفحصها لكى يتأكد من وضوحها وسلامتها ، ويضيف اليها اية ملاحظات من عنده ، ثم بعد ذلك يرسلها ثانية الى الطباع .

ولعل من أهم الأسباب الرئيسية للنقصات الإضافية الزائدة التى لا لزوم لها، وهبوط المستويات الطبوغرافية لطباعة الكتب فى كثير من الدول النامية ، هو عدم اشتراك الناشر فى عملية تجارب الطبع .

والذى يحدث فى أغلب الأحيان ، أن المؤلف يجد نفسه ملقى تحت رحمة الطباع وبين براثنه ، فى حين أن الناشر نفسه لا يفعل أى شئ بتاتا بشأن الكتاب حتى تاتى اليه النسخ جاهزة مطبوعة مخلفة وتصب فى مخزنه أو مستودعه . وتلك طريقة باهظة النفقة كما انها تجاقى الأصول المرعية للمهنة ، بل انه يمكن القول بأنها مكروهة مهنية .

ينبغى أن تكون اصابع الناشر على نبض العمل ، خطوة خطوة ، من أول الشوط الى نهايته بحيث لا تفوته صغيرة ولا كبيرة ، وتكون يده مهيمنة على كل ضوابطها .

فاذا سارت الأمور على مايرام ، فمن المفروض أن يكون ثمة تجربتان للطبع نحسب ، يقرؤهما المؤلف ومحرر المخطوط - أولا التجربة الأولى فى صحائف طويلة لم ترتب بعد ، فى شكل صحيفة كتاب ، ثم تجربة طبع للصفحة بعد ان يكون الطابع قد صحح التجربة الأولى وقسم المزمرة الى صفحات تحمل ارقامها .

ولكن ، وعلى الأخص فى البلاد التى جنح فيها الطباعون الى اهمال مسؤولياتهم فى قراءة تجارب الطبع ، والتى ربما لا يراعى الناشر انفسهم بمهمة بالنسبة للشكل الذى يرسلون به المخطوطات الى الطباع ، فان مزيدا من مراجعة

تجارب الطبع ، مرة أخرى أو مرتين ، قد يكون لازما ، في مرحلة الملازم أو مرحلة تجارب الصفحات •

ومعظم المؤلفين ليست لديهم دراية بميكانيكيات صناعة الكتاب ، وربما لايفقهون شيئا عن الطريقة التي يجرون بها التصحيحات . وفي وسع محرر المخطوط أن يكون نافعا في توجيههم نحو أفضل الطرق الموفرة للجهد والوقت . وهذا مفيد للمؤلف ، كما أنه اقتصاد للناس . لأنه كلما زاد عدد السطور التي تتطلب تغييرا ، زادت فرصة حدوث لخطاء جديدة تتسلل الى المخطوط .

وحتى ادخال عدد قليل من الكلمات في بداية فقرة طويلة قد يجعل من اللازم اعادة ترتيب صفوف الحروف بحيث تتحرك الى الورا في الفقرة كلها الى ختامها •

بل ان التغييرات في مرحلة تجارب طبع الصفحات المرقمة اكثر نفقة: اذا نتج عن ادخال كلمات قليلة ، اضافة ولو سطر واحد من الحروف ، فلا بد من زحزحة السطور من صفحة الى الصفحة التالية الى ختام الفصل كله .

ونفس الاعتبار ينطبق على حذف بعض الكلمات حيث ان وجود مسافات كبيرة بين الكلمات ، أمر كره لا يسر العين ولا يريحها ، وقد يتطلب ذلك من جامع الحروف أن يعيد صف أو تنظيم سطور عديدة لكي يوزع هذه المسافات المتخلفة عن نزع بعض الكلمات ، توزيعا مقبولا • (على أن هذه حالة أخرى تمتاز فيها بعض اللغات مثل العربية والفارسية على تلك التي تستعمل الحروف الرومانية ، بسبب تقليد استعمال خطوط الوصل الطويلة بين الحروف اذا لزم الامر للتخلص من المساحة الزائدة بين الكلمات دون حاجة الى اعادة ترتيب كثير من السطور التالية •)

تغييرات المؤلف

ثمة تقليد راسخ ، أصبح من السنن المرعية في معظم الدول الغربية ، وهو الزام المؤلف بدفع التكاليف اذا تجاوز حدا معقولا من التغييرات او التعديلات

فى تجارب الطبع نتيجة لتعديل أفكاره أو رغبته فى وضع أفكار جديدة أو آراء طرأت له فيما بعد . أى أن من المفروض أن الطابع يدفع نفقات تصحيح الأخطاء الفعلية التى أحدثها جامع الحروف ، والناشر يدفع مبلغا صغيرا لقاء التغييرات الإضافية التى قد يرغب المؤلف فى إدخالها علاوة على تصحيح أخطاء الطابع ، والمؤلف ملزم ، عادة ، بموجب العقد أن يدفع ثمن أية تغييرات تتجاوز ذلك .

وهذه التغييرات الإضافية التى يسهم المؤلف فى دفع تكلفتها تسمى «تعديلات المؤلف» . وهى مسألة من الممكن ، طبعا ، أن تكون موضع جدل كبير .

وفى الواقع من الأمر ، فإن قليلا من الناشرين من يستطيعون تنفيذ قاعدة «تعديلات المؤلف» تنفيذا كاملا ، ولكن القاعدة موجودة لحماية الناشر ، إذا حدث ، كما هو الشأن فى بعض الأحيان ، وانساق المؤلف وراء رغبته فى إعادة كتابة ما كتب وتعديله بعد أن وجد طريقه الى المطبعة ، وتسبب فى زيادة التكلفة الى حد يكاد يصل الى مقدار تكلفة الطبع بادية ذى بدء .

المهمة الشاقة والتحديات الكبيرة

إن محرر المخطوط ، تنلظ به ائق الأعمال طرا ، فى مهنة النشر . إن عمله يتطلب الذكاء والمهارة والفراة والكياسة والدبلوماسية فى أمسى مراتبها .

وهو عمل زاهر بضروب شتى من الكظوم ، وضروب شتى من الثواب والمكافأة سواء بسواء .

ثمة أوقات يخل فيها للمحرر أن الجميع ضده – المؤلف والمصمم ، والطابع وغيرهم – حيث انه « الرجل الذى يقف فى الوسط » بين جميع الأطراف المعنية بالامر ، وهو معرض للشد والجذب من كل ناحية . بيد أنه أيضا يتمتع بالشعور بالقبلة لكونه الشخص الأوحد فى الميدان الذى على صلة وثيقة بكل ناحية من نواحي الكتاب المعين بالذات الذى يعمل فيه .

ومن أروع ضروب المكافأة ، ذلك الجزاء الذى يأتى من ميزة أن المحرر هو أوثنى الناس صلة ، فى عالم النشر ، بالمؤلف .

وكم من صداقات تاريخية نمت ونضأت وأنت أكلها بين مؤلفين مشهورين وبين
محررى مخطوطاتهم •

وثمة حالات جديرة بالتقويه والذكر رفض فيها مؤلفون أن يملطوا كتباً جديدة
لدار نشر مختلفة ، على الرغم من سخاء العروض المقدمة اليهم ، والتي تفوق
ماعدد دار النشر التي يؤثرونها من حيث الاغراءات المادية ، وحقوق النشر
السخية ، لانهم تشبثوا بالبقاء مع محررين وضعوا فيهم ثقتهم •

ان محرر المخطوط هو آخر من يعالج المخطوط قبل أن يذهب الى الناس
الذين سيضمونه في شكله المادى فى صورة كتاب •
وسوف نتناول عمل هؤلاء الناس فى الفصل التالى •

تصميم الكتاب

فى الفصل السابق ، تحدثنا عن أعداد المخطوط •

فإذا ما تم هذا العمل ، فالخطوة التالية هى الصناعة المادية ، أى تحويل المخطوط الى كتاب • والطباع ، طبعا ، هو الذى يفعل ذلك •

ولكن هناك شخصا آخر ، نادرا ما يخطر ببال الجمهور ، وعمله يأتى قبل ذلك ، ألا وهو المصمم •

ومن ثم ، فسوف نتناول فى هذا الفصل عمل المصمم قبل أن نتصدى لانتاج الكتاب ذاته •

المصمم

تماما ، مثلما يؤثر من يبتغى بناء بيت أن ينشئه على أساس رسوم صممها بنفسه ، بدون معونة مهندس خبير من أهل المهنة ، فكذلك الأمر بالقياس الى كثير من الكتب التى يصنعها الطباعون الذين يعملون كمصممين لأنفسهم دون استئجار خبير فنى متخصص •

ولكن لكل بيت ولكل كتاب مصمم ، من نوع ما ، لا مناص (١) •

وسواء أكان مصمم الكتاب خبيرا فنيا متخصصا أم لا ، فلا مفر من وجود شخص ما فى دار الطباعة ، أو دار النشر تقع على عاتقه مسئولية تقرير الطريقة التى سيصنع بها الكتاب •

(١) عندنا فى الأمثال العربية : أعطوا القوس بلربها ، و « الميش لخبازه » • (المترجم)

وهذه التفاصيل تشمل حجم الصفحة ، ونوع وحجم حروف الطبع ، وسعة الهوامش ، ووضع حروف الطبع على الصفحة ، والمسافة بين السطور ، وتنظيم عناوين الفصول وأرقام الصفحات ، والتدابير الخاصة بالرسوم الإيضاحية والجداول ، ونوع الورق ، ونوع الغلاف من حيث اللون والمادة (ورق أو قماش) وآلاف من التفاصيل الأخرى التى تؤثر فى المظهر المادى للكتاب وتحدد ملاحه ومعاله .

ومعظم دور النشر الكبرى ، التى تصدر عددا كبيرا من الكتب الجديدة كل عام ، وجدت أن من الأوفر لها أن تستخدم مصمما على أساس طول الوقت كمخوض فى هيئة موظفى النشر .

وطبعاً ، ليس ذلك فى وسع الناشرين الصغار ، وهم لذلك إما أن يستخدموا مصممين محترفين من الخارج لقاء أجر معلوم ، بالقطعة الواحدة ، أى كتاباً كتاباً ، وإما أن يستأجروا مصمماً يعمل فى أوقات معلومة فى نطاق هيئة الموظفين النظاميين .

وفى المؤسسات ذات الرجل الواحد ، فإن الناشر يتعلم شيئاً عن صناعة الكتاب إبان سير العمل فى أشواطه المتعاقبة ، حتى ولو لم يكن عالماً بذلك من قبل ، وفى هذه الحالات فإن تصميم الكتاب يتخذ مسيله بطريقة غير رسمية ، عادة ، بين الناشر والطباع .

على أن مصمم الكتاب ، قد تكون عنده ، أو لا تكون عنده مواهب فنية إضافية كرسام توضيحي أو خطاط ، أو صانع خرائط ، الخ ، لذا يكون من الأوفر ، طبعاً ، للناشر الذى يستخدمه ، من الوجهة الاقتصادية إذا كانت لديه هذه المواهب مجتمعة .

وفى الواقع من الأمر ، فإن قرار استئجار الشخص الذى أصبح فيما بعد المصمم ، اتخذ فى كثير من دور النشر الصغيرة ، بسبب عمل معين كبير ، كان يتطلب الاستعانة بفنان خارجي لولا ذلك .

وكما أشرنا في الفصل السابق ، فإن محرر المخطوط يعتبر بمثابة منسق لعمل المؤلف والرسام والناسخ والطابع . وفي بعض الحالات فقد يتيسر لمحرر في دار نشر صغيرة أن يتقنه في مشكلات تصميم الكتب ويصبح ، في الواقع ، « المصمم » الخاص بالناسخ .

وفي حالات أخرى في المؤسسات الصغرى، فإن الشخص المسئول عن الشؤون التجارية مع الطابعين ، وتجار الورق ، الخ ، قد يصبح متخصصا في التصميم في نفس الوقت .

أو قد يكون ثمة عضو آخر من هيئة الموظفين كانت له خبرة سابقة في مؤسسة للطباعة ، ويريد أن يصبح خبيرا استشاريا في التصميم للناسخ على أساس بعض الوقت .

وأيا ما كان النظام القائم بالنسبة لأعمال هيئة الموظفين ، فمن المحتمل أن يكون ثمة شخص واحد في دار النشر مسئولاً عن تصميم الكتاب ، حتى ولو لم يكن ذلك أكثر من المشاورة مع الطابع، للتأكد من الموافقة ، من وجهة نظر الناسخ ، على التصميم الذي يقترح الطابع الأخذ به .

على أن الشخص الذي يختار لهذا العمل يجب أن يكون ذا نوق في بالإضافة أيضا إلى الإلمام الكافي بصناعة الكتاب لكي يفهم ما هو ممكن التنفيذ ماديا . ومعظم مصممي الكتب المشهورين في العالم ، كانت لهم صلة مباشرة بالطباعة - كهواية لمقمتهم الشخصية وأن لم تكن بطريقة مهنية - ومعظمهم أيضا لهم موهبة في رسم الحروف .

بيد أن هذه المواهب الشخصية ليست لازمة ، إذا كان المصمم يعرف كيف يمكنه أن يستخدم مثل هذه المواهب في غيره من الناس ، لتأريه .

وهدف المصمم هو هندسة الكتاب ، ليس فقط لكي يجعله جميل المنظر يسر من يراه ، ولكن أيضا لكي يجعل الكتاب يعرض أفكار المؤلف والرسام التوضيحي في أوضح وأبين طريقة ممكنة .

ان اى كتاب يمكن أن يكون عملا فنيا من حيث شكله المادى ، والمصمم يمكن أن يكون فنانا خلّاقا فى المعنى الكامل للفنان المبدع ، مثل مصمم معبد أبى سمبل أو تاج محل سواء بسواء . وتعلما ، كما هو الشأن فى هذه الاعمال الفنية السامية أو اى عمل فنى آخر ، فان المطلب الاول هو ملاعبة الشكل الفنى للغرض الذى من المفروض أن يحققه . ان الجمال أو الاناقة لن تكون المظهر المناسب لكتيب فى الهندسة ، كما أن « الفخامة » مظهر خاطيء بالنسبة لكتاب من الشعر الانشادى .

ينبغى على المصمم أن يفهم محتوى الكتاب وغرضه قبل أن يقرر الشكل الذى يلبسه اياه .

والمصمم الذى يفكر فى الجمال الفنى فى حد ذاته فحسب ، دون النظر فى علاقة ذلك بنوع الكتاب الذى يتصدى له ، انما يبخس المؤلف حقه ، ويؤدى خدمة رديئة للمؤلف والقارئ والناشر أجمعين .

ولكن المصمم يفكر فيما هو أكثر من مجرد المظهر . فاذا أحسن عمله ، فهو خائف بان يضع نصب عينيه دائما مسألة التكلفة ، ليس فقط من أجل الناشر الذى يستخدمه ، ولكن أيضا من أجل جمهور القراء .

فاذا كان محتوى الكتاب له جانبية طبيعية عند جمهور كبير من القراء ، ولكن المصمم يحدد طريقة للانتاج يترقب عليها أن يكون سعر البيع غاليا جدا بالنسبة للكافة فهو بذلك يخون الناشر والقارئ سواء بسواء .

ومن جهة أخرى ، كما رأينا فى الاحصاءات الواردة فى الفصل الثالث ، فثمة ضروب من نفقات تصنيع الكتاب لا تزيد بالنسبة للليون نسخة عنها بالنسبة لنسخة واحدة ، ففى حين أن ثمة نفقات أخرى (مثل سعر الورق) تزيد زيادة مطردة مباشرة بالقياس الى النسخة .

ان المصمم الحصيف هو الذى يضع دائما نصب عينيه الفرق بين هذين النوعين من التكاليف .

وعلى هذا ينبغي أن تكون لدى المصمم حاسة اقتصاديات نشر الكتاب ، بالإضافة الى حاسة التصميم الفني سواء بسواء . وينبغي له أيضا أن يعرف شيئا عن حجم النسخة التي رسمت خطتها ، وكيف سيباع الكتاب ، وكثيرا من العوامل التجارية الأخرى .

ويجب على المصمم أن يعتبر نفسه عضوا في فريق النشر ، وأن يسعى لأن يجعل عمله يسهم في نجاح مشروع نشر الكتاب برمته .

وليس من شك في أن ناشرا غنيا جدا فقط ، لا تهتم الأرباح مطلقا ، هو الذي في وسعه أن يدفع ثمن البذخ المسرف الذي يتطلبه مصمم كتب لا يعنيه سوى لذته الشخصية الفنية البحتة ، دون التفكير في مصلحة المؤلف والقارئ والناشر .

وموجز القول فإن المصمم ، في تصميمه لأي كتاب ، إنما يحاول أن يوازن في عقله كل هذه العوامل (وبعضها طبعا تتصادم مع البعض) : ملائمة التصميم لموضوع الكتاب ، الجاذبية الفنية ، الوضوح والإبانة للقارئ ، الاقتصاد من وجهة نظر القارئ والمشتري في نهاية الامر ، الامكان العلمى من وجهة نظر الطابع . وبإلها من مهمة تنوء بها العصابة أولو القوة .

فلا عجب أن نفرا من مصممي الكتب الكبار في العالم الحديث ، طبقت شهرتهم الاتفاق ونالوا كل تمجيد وتكريم وحظوا بالاحترام والتشريف ، في مهنة نشر الكتب ، وبين خبراء فنون الرسم والتصوير والكتابة ، أكثر من رؤساء دور النشر أو مديري مؤسسات الطباعة التي يعملون لها .

ولا جناح علينا من القول بأن من المستحيل ، طبعا ، في هذا الكتاب الذي يعالج بإيجاز كل النواحي الرئيسية لنشر الكتاب ، أن نقدم وصفا كاملا لعمل المصمم ، ناهيك عن التصدي لمسألة توجيهه بالنسبة لكيفية أدائها .

ولكننا سننمس مسأ خفيفا بعض المشكلات الرئيسية التي يتعين على المصمم أن يعالجها ، فيما يلي :

تقدير حجم الكتاب

ان الخطوة العملية الاولى في تصميم الكتاب هي معرفة مدى حجمه بالنسبة للهدف المنشود . وهذا أمر شبيه بالاسئلة الاولى التي يطرحها مهندس معماري على أحد زبائنه ، كم عدد الغرف التي تريدها في البيت ؟ ما حجم كل غرفة من حيث الطول والعرض والارتفاع ؟ وهلم جرا .

وعندما يعرف المهندس هذه المطالب الحثية ، غفى وسعه أن يفكر في التصميمات المتعددة ذات الجانبيات المختلفة ومستويات التكاليف المختلفة في كل حالة على حدة .

وكذلك الأمر في حالة الكتاب ، فإن المصمم يريد أن يعرف أولا المطالب الحثية بالنسبة لعدد الحروف في المخطوط ، ثم بعد ذلك يستطيع النظر في أمر التصميمات المختلفة ، هل يستعمل بنطا صغيرا أم كبيرا ، صفحات صغيرة أم كبيرة ، هوامش ضيقة أم واسعة ، مسافات بين السطور بعيدة أم قريبة ، وهكذا .

وأحدى طرق تقدير ذلك هو عد الكلمات في المخطوط ، ولكنها طريقة مبددة للوقت وليست مضمونة الصحة على أية حال .

ان متوسط عدد الحروف بالكلمة يتفاوت تفاوتا كبيرا في الكتابة عن الموضوعات المختلفة وبين مختلف الكتاب الذين يستعملون أساليب مختلفة ، حتى عندما يكتبون عن نفس الموضوع .

وابسط طرق تقدير الحجم هو اختيار صفحة تبدو وكأنها تمثل ، عموما ، المتوسط تقريبا ، للمخطوط برمته ، ثم حسلب عدد (الحروف والمسافات) على تلك الصفحة ، ثم ضرب العدد في عدد صفحات المخطوط .

وهذا النوع من العد ، أسهل طبعاً اذا كان المخطوط منسوخاً بالآلة الكاتبة .

ولكن كثيرا من المخطوطات المكتوبة يخط اليد يمكن أن تعامل بنفس الطريقة ، خصوصا في اللغات الآسيوية حيث يسود تقليد حسن وجمال واثقة اليد .

فإذا كان ثمة تفاوت كبير ، فمن الممكن عادة اختيار ما يمكنك أن تسميه صفحة نمطية ، ثم بعد ذلك تتصفح صفحات المخطوط تباعا ، وتحدد لكل منها مقدارا على أساس نسبة مئوية بطريقة الكسور بالقياس الى الصفحة النمطية .
وعلى أية حال ، فالمصمم يبدأ بعد الحروف مبيّنا عدد الحروف والمسافات في المخطوط .

ثم بعد ذلك ، مستعينا بجداول وقوائم جمعها من قبل أو يستطيع الحصول عليها مطبوعة وعليها معظم الأشكال الرئيسية لحروف الطباعة في العالم، فإنه يعرف كم من الحروف سوف تتضمنها صفحة واحدة من كتاب مطبوع وفقا للتصميم الذي يريد استعماله .

وبقسمة هذا العدد على عدد حروف المخطوط ككل ، يتضح له كم عدد الصفحات المطلوبة في الكتاب المطبوع بالنسبة للمخطوط الاساسي .

ثم يضيف الى ذلك نسبة معينة لآى رسوم او ايضاحات او بيانات او جداول، وصفحة العنوان وغيرها من الصفحات اللازمة في صدر الكتاب ، والفهرس ، وغيرها من الصفحات المراد الحاقها بآخر الكتاب ، الخ . وكذلك انصاف الصفحات الخالية التي لا مفر من خسارتها في المتوسط ، في نهاية الفصول .

ونحن نهتم كل هذا الاهتمام بمسألة تقدير الحجم لأنها مسألة أساسية جدا بالنسبة لكل شيء آخر في التنفيذ المادى للكتاب ، ليس فقط المعنى الفنى ، ولكن بالنسبة للاقتصاد والعمل التجارى أيضا .

ان سعر جمع الحروف وصفها يتوقف الى اكبر حد على عدد الحروف والمسافات ، وهو لا يختلف اختلافا بيّنا ، سواء أكان البنت الصغير مستعملا في عدد صغير من الصفحات أم البنت الكبير مستعملا في عدد كبير من الصفحات .

بيد أن ثمن تكاليف الورق ، وأعمال الطباعة (عمل المطبعة في وضع الحبر على الورق) تكاد ترتبط ارتباطا مباشرا بعدد الصفحات : على سبيل المثال أعمال الطباعة والورق لكتاب عدد صفحاته ٣٢٠ ، عادة يتكلف تمامها ضعف تكلفة كتاب عدد صفحاته ١٦٠ .

عمل التصميم الاساسى

اذا فكرنا فقط فى الجانبية والموافقة بالنسبة للقارئ ، فان المصمم قد يصمم كتابا معيناً بطريقة تتطلب ٢٢٠ صفحة ، ولكن اذا فكرنا فى الاقتصاد وسعر البيع المنخفض ، فقد يرى أنه باستعمال بنط أصغر ، وسطور أطول ومسافات أقل بين السطور ، فان فى وسعه أن يضغط كل شيء فى حيز ١٦٠ صفحة . بيد أنه فى نفس الوقت يدرك أن حشو كل شيء الى درجة المكثفة فى حيز قليل إنما هو ضرب من الاقتصاد الزائف ، ومن ثم فهو قمين بأن ينتهى الى حل وسط بين هذين الرأيين المتطرفين .

على أن أعظم عطية يهديها المصمم للجمهور هى عندما يتخذ سبيلاً ، بكل براعة وحذق ، يهدي الى عرض واضح جذاب سلس القراءة لمادة الكتاب بأقل كلفة ممكنة للنائر ، ومن ثم ، فى المدى الطويل ، بأقل سعر ممكن لمشتري الكتاب أيضاً .

وتصميم الكتاب عملية متكاملة ، ولا يمكن اعتبار أى جزء واحد منها ، قائماً بذاته .

ولقد اعتدنا مثلاً ، قراءة حروف طباعة صغيرة جداً فى الصحف اليومية ، ونحن نقرؤها بسهولة لأن السطور قصيرة ، ولكن حروف طباعة من نفس الحجم فى صفحة كتاب من القطع المتوسط ، خليقة بأن تبدو وكأنها لا تكاد تقرأ .

ومن ثم فان مصمم الكتاب لا يفكر أبداً فى حجم حروف الطبع بعد ذاتها وإنما دائماً ، مرتبطة بعوامل أخرى . والأجزاء الأربعة التى يتألف منها تقرير نموذج الطباعة : نوع الحرف ، حجم الحرف ، طول السطر ، المسافة بين السطور ، لها تأثير فى قرار آخر له أهميته وخطره ، ألا وهو تصميم الصفحة المطبوعة .

وهذا يتضمن تحديد سمة الهوامش فى أعلى وأسفل وجانبى الصفحة ووضع أرقام الصفحات (اذا استعملت) و « الرعوس الجارية » على حد تعبير أهل المهنة ، وهى وضع عنوان الفصل على كل صفحة .

العمل الفني

إذا كان الكتاب رسوم توضيحية أو خرائط أو جداول أو قوائم ، فإن ذلك يفرض على المصمم سلسلة كاملة من المشكلات الإضافية .

وقد لا تتطلب الجداول الا تعليمات لجميع الحروف بالنسبة للبنط وكيفية تنظيمة .

وإذا كان المخطوط مزودا فعلا بالرسوم التوضيحية التي قرر الناشر استعمالها ، فقد تقتصر القرارات على طريقة الطبع والوضع في الكتاب ، كما سنبين ذلك في السياق اللاحق .

ولكن ، كما يحدث غالبا ، إذا كان ثمة رسوم أو خرائط لابد من اعدادها — أو اعادة عملها لأنها لم تكن مثقنة بشكلها الراهن — فإن المصمم يجد نفسه مضطرا لاداء عمل اضافي ، وهو استئجار فنانين ، ما لم تكن مواهبه من المقدرة بحيث يتسنى له أن يؤدي العمل بنفسه .

وعلى أية حال فلزام عليه أن يشرف على تنفيذ هذا العمل الفني لكي يجعله يتوافق مع خطته لبقية الكتاب .

صفحة العنوان ورسم الغلاف

لعل أهم جزء من تصميم الكتاب يحظى بأوفى قسط من اهتمام وشغف مصمم المصممين . ويستدعى مواهبهم الخلاقة الى أعظم درجة ، هو ما يسمى « وحدات العرض » مثل صفحة العنوان ، ورسم الغلاف ، والصفحة الاولى في مستهل كل فصل من فصول الكتاب .

ورسم الغلاف ، وجزء من صفحة العنوان ، على الاقل ، قد تتضمن كتابة باليد أو بنطا غير عادي لا يستعمل عادة في المتن الرئيسي للكتاب .

فمثلا ، مصمم حديث لكتاب في اللغة الانجليزية قد يستعمل حروفا على أساس الشكل الاليزابيثي الذي لا يستعمل أبدا اليوم بالطريقة المعتادة .

أو قد يستعمل مصمم عربى الخط الكوفى على سبيل العرض الجمالى ، أو قد يستعمل أحد المصممين الأفريقيين الحروف المزينة التى توحى بالفن الشعبى الأفريقى . أو قد يصطنع مصمم آسيوى اقتباساً جديداً من أشكال قديمة من السانسكرىتية أو البالى ، أو قد يفيد ناشر من أمريكا اللاتينية من الرسوم الخاصة بفن الإنكا أو فن الأزتك .

بيد أنه ليس من الضرورى اللجوء دائماً الى مثل هذه الموارد غير المعتادة ، بل انها لتكون أحياناً ضارة اذا أدت الى التضحية بالعرض الواضح فى سبيل نزوة المصمم .

ان مطلب العرض الأخاذ المناسب ، يمكن أن يلبي على يد مصمم قدير باستعمال حروف طباعة عادية أو كتابة عادية بطريقة جذابة ومبتكرة .

ان النهذى فى تصميم غلاف كتاب (سواء أكان غلafa ورقيا مطبوعا ، أم غطاء مطبوعا - يسمى «رداء» يخلق به التجليد النسيجي للكتاب) هو خلق عمل فنى يجمع بين الذوق الفنى واليسر الاقتصادى سواء بسواء . والمحك الاقتصادى لتصميم غلاف ليس مجرد ثمن طبعه وانما فعاليتها « كمروج » للكتاب .

ومهما يبلغ خط غلاف أى كتب من التصميم الفنى كعمل فنى فى حد ذاته ، فهو خليق ألا يناسب الكتاب ما لم ينطق على الفور بمهابة الكتاب ، وما لم يجعلك تريد التقاطه عندما تراه معروضا فى محل بيع الكتب .

وينبى أن تكون كل الكتب قادرة على بيع نفسها بنفسها فى هذا المعنى ، ولكن تلك هام على الاخص بالنسبة لكتب الإنتاج الكبير ، لانها معروضة للبيع فى أماكن كثيرة غير محال بيع الكتب ، ولا يصاحبها موظفون يتحدثون عنها .

ان تصميم الغلاف ، من الممكن أن يكون أهم عنصر فى تقرير مستقبل نجاح كتاب ما فى التوزيع الجمعى على أوسع نطاق متاح .

اختيار العتاد والمواد

ان مشكلة المصمم في اختيار العتاد والمواد تختلف باختلاف البلد الذي يعمل فيه . ففى بلد زاهر بمؤسسات الطباعة ، وعنده أنواع مختلفة من العتاد ، ومن اليسور له الحصول على أى نوع مرغوب من الورق أو غيره من مواد صناعة الكتاب ، فإن مشكلة المصمم في الاختيار تختلف تماما عن مشكلته في بلد لا تتوفر فيه المواد بسخاء أو بوفرة .

ففى هذه الحالة ، مثلا ، في دولة أوروبية ، فإن المصمم يقرر ، فحسب ، أحسن المطلوب للكتاب ، ويدون هذه المواصفات المعينة ، وهو يعلم أن طابعا ما ، أو صاحب محل للمواد ، في وسعه أن يزوده بها يريد . ولكن في بلد يعاني من نقص في هذه المواد أولا تتوفر فيه لسبب ما كما هو الشأن طبعا في كثير من الدول النامية - يكون الامر على العكس . فالمصمم يعرف أو يستطيع أن يعرف بسهولة ما هو موجود ، وفي حدود ذلك ، يقتصر في اختياره على تلك الامكانيات .

وثمة عناصر أخرى ، طبعا ، للاختيار ، تتعلق بكيف المهارة العملية للطابع ، ونزاهته ، وإخلاصه في المحافظة على المواعيد — وطبعا الاسعار التي يطلبها .

وثمة عوامل اقتصادية أخرى مثل مقدار المبلغ الفوري الذي يحتاج اليه الطابع مقبما ، وهل يقبل تخفيض أجر الاستيداع بالنسبة للناشر ، بجمل التخزين مجانا بالنسبة لبعض كميات الكتب بعد طبعتها ، وهلم جرا .

صحيح أن بعض هذه المسائل لا تعنى المصمم بصفة مباشرة ، ولكنها كلها لها أهميتها عند دار النشر ككل ، ومن ثم فإن رغبات المصمم قد تضطر الى الخضوع لاعتبارات أخرى . فمثلا قد يفكر المصمم في عملية طباعة معينة ، العتاد الوحيد المناسب لها في البلد هو دار للطبع يملكها طابع حظه ضئيل من النزاهة في العمل لدرجة أن الناشر قرر أنه لا يستطيع أن يعمل معه

في هذه الحالة يتعين على المصمم أن يصمم الكتاب بطريقة أخرى .

وكذلك ، قد يكون المصمم ارتأى استعمال نوع معين من الورق من المعروف انه موجود فى البلد ، ولكن صاحب ذلك الورق ، منتهزا فرصة احتكاره ، يحاول استغلال الموقف ويتعنت مع الناشر بطلب أسعار غير معقولة .

فى هذه الحالة ، يتعين على المصمم أن يعدل فكرته مراعاة لمقتضى الحال .
لهذه الأسباب فإن عمل المصمم أصعب بكثير فى الدول النامية ، مما هو فى الدول ذات الوفرة فى المتاد والمواد . ولكن هذه الصعوبة ، ولهذا السبب بالذات ، تفرض على عمله مزيدا من التحدى والمناهضة ، وهى ثمينة بأن تكون أكثر ارضاء واثوق غبطة لمن يفلح فى احراز أحسن النتائج بأقل الامكنات .
ان عمل كتاب جميل على ، على الرغم من ضيق مجال الاختيار بالنسبة لعمليات الطبع والمواد ، انما هو انجاز أعظم مما لو كان كل شىء مرغوب او مطلوب ، موجودا حالا ومباشرة .

على أنه فى وسع المصمم أن يسهم اسهاما عظيما ، ليس فقط فى مستقبل عمله الذاتى ، ولكن ايضا فى النهوض بالمستويات الخاصة بفنون الرسم والتصوير والكتابة والزخرفة فى بلده ، بالتشاور الدائم مع رئيس دار النشر التى يعمل معها ، ومع الطباعين وباتعى المواد الذين يتعامل معهم ، بشأن التحسينات المرجوة للمستقبل .

ان الطباع الذى يعرج على عتاد عتيق ، قد يمكن اقناعه بالتجديد وادخال الأجهزة الحديثة على النحو المفيد للناشرين ، اذا عرف أن نتيجة ذلك هو رواج فى عمله ومزيد فى انتاجه .

وكذلك الأمر بالقلياس الى تاجر الورق ، فهو خليك بأن يزود بضاعته بأنواع من الورق أكثر مناسبة لوجهة نظر الناشر اذا عرف أن ثمة سوقا لبضاعته .

وستعود فى الفصل التالى الى مسألة عمليات الطبع والمواد . ولكن من المجدى فى هذا السياق أن نذكر بعض الطرق التى ترتبط بها تلك المسائل بعمل المصمم .

عمليات الطباعة

ان ضروب الاختيار التى يتعين على المصمم البت فيها تشمل :

- نوع الصف : أى جمع الحروف فى الطباعة
- نوع الطبع : أى وضع الحبر على الورق
- نوع الورق
- نوع التجليد

وسوف نتناول هذه الأمور بمزيد من التفصيل فى الفصل التالى . فأما القارئ الذى لم يسبق له الاثام بعمليات الطباعة ، فينبغى ألا ينزعج اذا لم يفهم ، فى هذا السياق الراهن الفروق والاختلافات بين العمليات

والنقطة الهامة هى أن المصمم عليه أن يختار من بين أبدال متاحة فى كل مسألة على حدة ، وأن يبت فى هذا الاختيار فى كل كتاب على حدة ، وهذا أمر يتوقف على المشكلات العملية التى يفرضها كل كتاب على حدة

الصف (جمع الحروف فى الطباعة) : ان الاختيار الذى يؤثر فى المرحلة الأولى من عملية الطبع هى طريقة صف الحروف أو تنظيم الحروف المزمع طبعاها

ويمكن استعمال إحدى الطرق الآلية أو الفوتوغرافية أو اليدوية أو (فى حالة الطبع بطريقة الأوفست) (*) بالنسخ على الآلة الكاتبة أو برسم الكلمات بخط اليد

ونوع المادة فى الكتاب يحدث فرقا كبيرا فى هذا القرار . فمثلا ، بالنسبة للطرق الآلية ، فإن طريقة اللينوتيب أو الأنترتيب تعتبر أرخص لمادة القراءة المستقيمة ، من المونوتيب ، ولكن فى حالة أنواع خاصة من الإنشاء (مثلا اذا

(*) offset وهى طريقة البارز الرادة المعروفة عند الصناع مد رد . (المترجم)

كان ثمة كليات من حروف طبع خطية مختلفة، ولتكن الإنجليزية واللسان الهندي موجودة على نفس السطر ، أو إذا كان بالكتاب معادلات كيميوية أو جداول كثيرة أو فى حالة الاستعمال الكامل للحروف المتحركة فى اللغة العربية) فإن المونتيب خليق بأن يكون أرخص وكذلك أحسن .

والصف بطريقة جمع الحروف باليد قد يكون أفضل اقتصاديا فى المراحل النامية من تطور صناعة الطباعة ، كما هو مقترح فى الفصل التالى ، ولكن بالإضافة الى ذلك ثمة مميزات للتحسين والتجويد فى طريقة الصف باليد لم تبلغ بعد ، وفى كثير من الحروف الخطية وكذلك فى طريقة الجمع الآلى .

ومن الحكمة بالنسبة للمكث التى تطبع بكليات قليلة وبأسعار منخفضة، فى البلاد التى توجد بها أشكال رخيصة من الطباعة بالآلوفست ، أن يتجه التفكير الى الانشاء بالنسخ على الآلة الكاتبة أو بخط اليد دون استعمال حروف الطباعة بقاتا ، بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب .

وبهذه المناسبة ، فإن المصمم الذكى لا يتردد فى الجمع بين أكثر من طريقة إذا كان ثمة سبب وجيه يدعو الى ذلك .

فإذا كان المكتب يحتوى عددا قليلا من المعادلات ، فقد يقرر انشاء معظم المتن بالليوتيب ولكنه يستعمل الخط اليدوى أو المونتيب للمعادلات .

الطبع (وضع الحبر على الورق) (✽) : إذا كان الكتاب خاليا من الرسوم التوضيحية فإن طريقة الطبع – وضع الحبر على الورق – يمكن أن تقرر على الأساس البسيط للكلفة والجودة والعتاد الموجود .

(✽) كلية الطباعة لها معنيان : فالناس الذين هم خارج صناعة الكتب يستعملونها لتعنى كل عملية الانشاء ووضع الحبر على الورق والتجليد ، ولكن فى كثير من الدول فإن أهل المهنة يستعملون كلية الطباعة لى تعنى عملية الطبع نط ، أى وضع الحبر على الورق . وفى هذا الكتاب نحن نقول مادة عملية الطبع فى هذا المعنى الآخر المحدود ، فى حين نستعمل «الطباعة» عندما نشير الى صناعة الطباعة ككل .

وكما هو موضح في الفصل التالي ، فإن حجم الطبعة (عدد النسخ التي تطبع) قد يكون هاما في اتخاذ القرار بالنسبة للطريقة ونوع العتاد الذي يستخدم . ولكن إذا كان ثمة رسوم إيضاحية في الكتاب ، فعندئذ يلزم تخطيط دقيق بالنسبة لطريقة الطبع ونوع الورق .

وفي هذا الأمر بالذات — عندما يعالج المصمم الرسوم الإيضاحية ، فإنه من المرجح جدا أن يجنح الى الجمع بين أكثر من طريقة في الطبع . فقد يستعمل أحسن وأرخص شكل من أشكال الطبع بالنسبة للمتن ذاته ، ولكنه يستعمل طريقة أخرى أغلى ولكنها أحسن بكثير للرسوم الإيضاحية — للطبع المنفصل لهذه الرسوم .

وكما تتضمن هذه العبارة الأخيرة فإن وضع الرسوم الإيضاحية في الكتاب لابد أن يقرر كجزء من مسألة أى نوع من الطبع يستعمل . فإذا كان من المناسب جمع كل الرسوم الإيضاحية أو البيانات التوضيحية في طائفة قليلة من الأقسام ، أو وضع صفحات منفصلة منها بين صفحات المتن ، فعندئذ من الممكن طباعة الرسوم التوضيحية منفصلة . ولكن إذا كان من اللازم نشر الرسوم التوضيحية أو ما شاكلها خلال الكتب برمته على صفحات المتن نفسها ، إذن فلا بد من اتخاذ قرار آخر .

وثمة جزء آخر من مشكلة الطبع وهو مسألة الألوان الإضافية ، الى جانب اللون الاسود في الطباعة .

وهنا أيضا ، يوازن المصمم الرأي : هل من الممكن ترتيب الصفحات بحيث تنحصر الألوان الإضافية في بعض الصفحات ، ومن ثم فلا يتحتم وضع كل الملزم في الطبعة مرات إضافية .

وفي البلاد المزودة بمطابع قادرة على طبع لوتين أو أكثر مرة واحدة ، فإن استعمال مثل هذا العتاد لابد أن يطرأ ، بطبيعة الحال ، على ذهن المصمم ، إذا كانت الطبعة الواحدة من الكتاب ذات عدد كبير من النسخ يسوغ استعماله .

الورق : ان اختيار الورق يتوقف جزئيا على طريقة الطبع التى استقر الرأى عليها .

وبصرف النظر عن مسائل جودة الورق من حيث الكيف ، فثمة انواع من الورق تناسب بعض انواع من الطبع ولا تناسب انواعا أخرى ، كما سنبين ذلك فى الفصل التالى .

بيد أنه مما يستحق الذكر هنا ، أنه لا عذر لمصمم ان يضع خطة كتاب على أساس نوع معين من الطبع ما لم يتأكد أن الورق اللازم لذلك النوع المعين من الطبع موجود بالتاكيد .

وفى وسع الناشرين أن يشجعوا تجار الورق على تخزين أنواع معينة من الورق سوف تلزم لكتبهم . أو ، كما سنذكر فيما بعد ، قد يكون من السداد والصواب أن يشتري الناشر مباشرة من صناع الورق الذى يستطيعون صناعته حسب الطلب . فإذا آثروا ذلك ، فإن المصمم القادر على تخطيط برنامجهم مقدما ، يستطيع أن يتخذ التدابير لدار النشر التى يعمل لها لكي تحصل على مؤونة أو حصة من الورق من نفس النوع بالضبط المطلوب للكتب الآتية فى المستقبل القريب .

التجليد : ان المسألة الرئيسية بالنسبة للتجليد - وهل يكون الغلاف من القماش أم الورق - بيت فيها عادة على أساس تجارية . والمصمم يتبع أى الطريقتين التى بيت فى أمرها لأسباب خاصة بكلفة الصناعة ، وسعر البيع وما شابه ذلك .

فإذا تقرر أن يجلد الكتاب بالقماش ، وإذا كان المصمم يعمل فى بلد فيها مجال للاختيار من أبدال متاحة ، فإن أمامه عددا من القرارات التى يتخذها . وهذه القرارات تشمل اختيار القماش وتحديد لون ونوع الحبر أو التفريغ الزخرفى الورقى ، وسعة وسبك كرتون التجليد ، ونوع الغراء أو غيره من مواد اللصق المراد استعمالها وكيفية حياكة الكتاب ، وأى نوع من السند الذى يمسك بالكتاب فى التجليد وغيرها وغيرها من التفاصيل .

وفي بعض البلاد النابية طبعا ، فان هذه الأنواع من الاختيار ليست متاحة للمصمم ، وإنما يأخذ فحصب ، أحسن ما عند الطباع . ولكن حتى في ظل تلك الظروف ، فان انتباه المصمم وعنليته يَكيفية أداء العمل ، خليفة بأن تحدثفرتا كبيرا في مظهر الكتاب وشكله في نهاية المطاف .

فإذا تقرر أن يكون للكتاب غلاف ورقى ، وعلى الأخص إذا كان الكتاب للتوزيع الجمعى الكبير بحيث يكون السعر المنخفض والتجليد المتين والمظهر الجذاب كلها هامة ، فان المصمم يعطى اهتماما دقيقا بعملية التجليد الأساسية .

وانه لن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها ، أن تستعمل نفس طريقة التجليد الرخيص نسبيا للكتب ذات الغلاف الورقى ، ولطبع ولصق المجلد .

وانه لن الخسارة والكلفة التى لا لزوم لها، أن تستعمل نفس طريقة التجليد التى تستعمل مع كتاب بغلاف من القماش ، لكتاب بغلاف من الورق .

وفي السنوات الأخيرة نشأ عدد من طرق التجليد الفعالة التى تمثل حلا وسطا بين الكلفة العالية للتجليد النمطى بالقماش وبين التجليد بالورق الذى لا يتحمل طويلا .

وهذه الطرق جذابة بصفة خاصة لأنواع معينة من الكتب مثل الكتب الدراسية التى ينبغي أن تكون أثماتها زهيدة ، ومع ذلك ، بسبب محنة كثرة التداول والاستعمال التى تلاقىها على يد الطلاب ، تحتاج الى غلاف أمتن من الغلاف الورقى الهش الذى سرعان ما يعقوره العطب .

نحو تصميم أحسن

من بين الأمور التى فى وسع المصمم أن يؤديها لكى يحسن عمله ويرفع مستواه ، فئمة أمران على أعظم جانب من الأهمية :

١ - أن يلم بكل شيء ، ما استطاع الى ذلك سبيلا ، عن عمليات الطباعة

وخصوصا الطرائق الجديدة التى يدخلها الطباعون الحليون ، دون أن يتحتم عليه بالضرورة معرفة كل الطرق التى يمكن بها استعمالها فى انتاج الكتب .
ب - أن يلاحظ نماذج وأمثلة من فنون الرسم والتصوير من مصادر كثيرة بقدر الامكان يستقى منها مددا وخبرة ودراية متعددة الروافد .

أما المصممون كطائفة ، أو أهل مهنة صناعة الكتب فى بلد من البلاد ، ففى وسعهم أن يسهموا فى تحسين التصميم عن طريق الدراسة المشتركة المتعاونة للمشكلات العامة ، وعن طريق التقدير العام لضروب التصميم الجيدة أو الاستعمالات المبتكرة البازعة لعمليات الطباعة .

وحتى إذا لم يكن عدد كلف من مصممي الكتب فى بلد معين ، ممن يعملون على أساس طول الوقت ، بحيث يسوغون ايجاد اتحاد مهنى ، فلا يزال من الممكن تنظيم جماعات غير رسمية للدراسة المشتركة للمشكلات التى تعنيهم .

ومهما تكن صناعة الكتب فى أى بلد بعيدة من التطور أو النمو الكامل المرغوب فيه ، فلا يعتبر أبداً من قبيل قيل الاوان بدء خطة اقلية معارض سنوية ومنح جوائز سنوية لأحسن الكتب المنتجة .

وفى أمريكا فان عمل المعهد الأمريكى لفنون الرسم والتصوير ، بمعرضه السنوى الشهير الموسوم بـ « الخمسين كتاباً فى السنة الحالية » ، كان قوة رئيسية فى تحسين صناعة الكتاب . وثمة معارض مماثلة تقام فى أوروبا وأمريكا اللاتينية وكثير من الدول الآسيوية والجمهورية العربية المتحدة ، ولها نفس النتائج المثمرة .

إن الرسالة الرئيسية لمثل هذه المعارض ، والمأرب الرئيسى من انقامتها ، ومشاهدة انتاج الكتب فى العالم كله ، انما تومىء الى حقيقة هامة ، وهى أن الكتاب الفعلى الثمن ليس اوتوماتيكيا كتابا جيلا .

فالذا عبرنا عن ذلك بطريقة عكسية ، فان الاتجاز العظيم حقا لمصمم الكتاب ، هو أن يحوله الى عمل فنى يسر ويمتع كل انسان يشاهده ويمسك به ، دون أن يزيد من ميزانية شحيجة رصحت لانتاج الكتاب .

الفصل السابع

إنتاج الكتاب : الطبع والتجليد

كنا حتى الآن — نتحدث عن أشياء يقوم بها أصلا ، موظفون في دار النشر ، يعملون على تحضير وتحرير المخطوطات ، وتصميم الكتب . أما من الآن فصاعدا ، فسوف نتحدث عن أشياء يدخل معظمها في اختصاص أناس آخرين أو منشآت أخرى ، رغم أن هذه الأعمال تتم تحت إشراف الناشر ، وعن طريق نوع من العلاقة العملية بين الطرفين .

والمثل الأول لمثل هذه الأعمال ، هو عمل الطابع الذي يتسلم المخطوطة ويحولها إلى كتاب مطبوع ، بعد اتباع تعليمات مصمم الكتاب .

والطبع صناعة منفصلة عن النشر ، وقد تملك دور النشر مطابعها الخاصة بها ، كما أن بعض المطابع قد تملك دورا لنشر الكتب . ولكن هذا لن يزيل تميز كل منهما عن الأخرى كما أوضحنا في الفصل الثاني .

والطابع رجل صناعة أو صانع . أنه يستخدم الآلة والمادة الخام لينتج هذا الشيء المادى المعجز الذى نسميه الكتاب . وهو كرجل مختص بالطبع ، لن يهمه — ولو من الناحية النظرية على الأقل — ماذا يتضمنه الكتاب من أقوال ، ولا من الذى يهمه أن يشتري هذا الكتاب . وما لم يقلص عميله الناشر ، فإنه سيتقاضى أجره عن طبع الكتاب ، سواء بيعت نسخه ، أم لم تبع نسخة واحدة منها .

ولكن الطابع المستتير بهمه بطبيعة الحال أن ينجح عميله الناشر في بيع الكتب التى يطبعها ، لأن نجاحه هذا سيقمه الى التعامل مع الطابع فى المستقبل : كما

أن الناشر يمه أن يزدهر عمل الطابع الذى يتعامل معه ، لأن ازدهار مسيدفعه الى تجديد آلاته وتحسين الخدمة التى يؤديها .

وهكذا نجد الناشر والطابع حليفين فى جهد مشترك - هو انتاج كتب أفضل بأسعار أقل ، وتوزيع هذه الكتب على اوسع نطاق ، ليتحقق الربح لكليهما . ولهذا ينبغى لكل منهما أن يتفهم مشكل الآخر وأهدافه .

والطابع من الناحية التكنولوجية - هو أعقد وأصعب فرع من فروع صناعة الكتاب . ولا يمكن التفوق فى الطبع الا بعد ممارسة هذه الصناعة سنوات ، ولا يمكن للناشر الذى يعمل من مكتبه خارج صناعة الطبع ، أن يتوقع لنفسه تفهما ودراية بهذه الصناعة تماثل ما لدى الطابع الحقيقى منها .

صحيح أن الناشر يعرف ماذا يريد من الطابع أن يفعل وكيف تكون صورة الكتب الذى يريد طبعه ، وماذا يمكن أن يدفعه مقابل الطبع . وعليه بالضرورة أن يلم بعمليات الطبع والتجليد وأن يعرف شيئا عما هو ممكن أو غير ممكن فى ميدان المطبعة التى يتعامل معها . وكلما زادت معرفته بذلك ، زادت قدرته على حيلة نفسه من الطابعين المهملين أو غير الأمناء .

وحتى اذا كان الطابع على أكبر قدر من الأمانة والشرف وحسن المعاملة، فلن الناشر الذى يلم جيدا بصناعة الطبع ، يستطيع أن يجنى قدرا أكبر من الفائدة فى تعامله معه ، لقيام نوع من التعاون الذى بينهما .

وهذا التعاون بين الطرفين لازم فى أية دولة من الدول ، ولكنه الزم فى الدول النامية منه فى الدول التى قطعت صناعة الكتاب فيها شوطا كبيرا من التقدم والرقى . أن دول آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ، تقف الآن على باب تقدم فى صناعة النشر لم يشهد العالم مثيلا له من قبل ، فى تاريخه كله . والمفتاح لهذا التطور الهائل الرائع المنتظر هو التعاون الوثيق بين الطابع والناشر فى سبيل انتاج كبير وتوزيع واسع للمكتب فى سوق جسيمة كبرى تنفتح أمامها .

وإن الغرض من كتابة هذا الفصل ، هو بيان العناصر الأساسية في صناعة الكتاب ، تلك العناصر التي يجب على الناشر أن يعرف عنها شيئاً ، ولو خطوطها العريضة ، رغم أنها من اختصاص الطابع المتخصص .

وهناك ثلاث عمليات رئيسية في صنع الكتاب :

١ — **الجمع**: وهو عملية رمى الحروف، سواء منها الحروف المعدنية أو غيرها لتكون معدة لطبعها على الورق . وتشمل كلمة « الجمع » بشكل عام توضيب الصور والرسوم التي ستطبع مع الحروف .

٢ — **الطبع**: وهو عملية وضع الحبر على الورق باستخدام آلة تضغط الحروف المجموعة أو ما يحل محلها على الورق المعد للطبع .

٣ — **التجليد**: وهو عملية تطبيق الصفحات بعد طبعمها، وجمعها ورقة بجانب أخرى في نظام سليم ، ثم الربط بينها بطريقة ما لتصبح في شكل كتاب .

وهناك عشرات وعشرات من العمليات الخاصة التي يتضمنها كل فرع من هذه الفروع الأصلية ، ولكن جميع العمليات التي تمر بها صناعة الكتاب ، تندرج بشكل ما تحت فرع من هذه الفروع الثلاثة . وليس من الواقعية في شيء — كما ذكرنا من قبل — أن يتعلم المرء صناعة الكتاب من قراءة كتاب في هذا الموضوع ومع ذلك فإن التعليق الوجيز على كل قسم من هذه الأقسام الثلاثة، قد يساعد الناشر المبتدئ على ادراك العلاقة بينها . ولعل هذا التعليق يكون مرشداً نافعا للاستزادة من دراسة هذا الموضوع ومعالجته .

أولاً — الجمع

بالرغم من أن أوروبا يدعى جوتنبرج يعتبر عادة مخترع الطباعة فإن حروف المطبعة اخترعت في الصين قبل جوتنبرج بزمان طويل . كما أن الاختراع الكوري **للحروف المتحركة** كان أعظم تقدم فني في الطباعة أدخل عليها حتى القرن التاسع عشر .

وسوف نرى فيما يلى أن هناك بعض الطرق لاعداد الكلمات للطبع دون استخدام طرق جمع الحروف ، ولكن جمع الحروف مازال الطريقة السائدة والأكثر انتشارا ، سواء أكلن الطبع مباشرا من الحروف نفسها ، أم بوسائل وعمليات اضافية أخرى - وفيما يلى بعض الطرق المختلفة لجمع الحروف :

١ - **الجمع اليدوى** : أن الجمع اليدوى للحروف هو أرخص طرق الجمع فى معظم البلاد النامية . ومن الأيسر أن تدرب عاملا على الجمع اليدوى من أن تدرب عاملا على تشغيل آلة جمع ميكانيكية معقدة . كذلك يستطيع العامل اليدوى الماهر أن يحقق قسطا من الدقة والجمال فى جمع الحروف ، لا تستطيع أن تدركه الآلة بأى حال . كما أن المطبعة التى تستخدم الجمع اليدوى تستطيع أن تزيد انتاجها بزيادة عدد عمال الجمع وشراء مزيد من الحروف بدلا من تخصيص جانب ضخم من رأس المال لشراء آلات جمع ميكانيكية غالية الثمن .

أما مسلوئ الجمع اليدوى فتتضمن البطء فى العمل وتكاليف الاحتفاظ بمجموعات كثيرة من الحروف المختلفة الأحجام والأشكال ورداءة الطبع الناتجة عن تكلل الحروف من كثرة الاستعمال .

وكتلت حروف الجمع اليدوى فى الماضى تصنع دائما فى « المسبك » ليعاد استعمالها مرة بعد أخرى . وبالرغم من أن حروف المسبك تصنع عداقمن معدن فى غاية الصلابة إلا أنها تبلى قليلا كلما استخدمت فى الطبع . وكذلك يضطر صاحب المطبعة أن يعيد كل حرف استخدم الى مكانه فى صندوق الحروف المخصص له ، ليستطيع استخدامه مرة أخرى ثم أنه لا يستطيع سوى عدد قليل جدا من أصحاب المطابع أن يحتفظ لديه بحروف تكفى لجمع كتبكامل فى وقت واحد ، ولهذا فهم يجمعون ١٦ صفحة (ملزمة واحدة) غقط ثم يطبونها ، ثم يمينون الحروف (يفرقونها) فى مكانها فى الصنابيق ، ثم يجمعون ملزمة أخرى وهكذا .

وبالرغم من كل هذه المسلوئ فإن الجمع اليدوى للحروف المسبوكة ، لا تزال

هى الطريقة المتبعة فى كثير من البلاد النامية ، وستظل هذه الطريقة سائدة وبخاصة فى المطابع الصغيرة المنتشرة فى مدن الاقاليم .

ولكن بعض الطابعين المستترين توصلوا فى السنوات الاخيرة الى طريقة جديدة للجمع تتضمن جانباً من الوسائل الميكانيكية . وميزة هذه الطريقة الجديدة انها تبقى على مميزات الجمع اليدوى وتتخلص من مساوئه . وتستخدم هذه الطريقة المسبك المستخدم فى آلات المونوتيب لصنع الحروف من معدن يسهل صهره واعادة سبكه ، ثم تجمع هذه الحروف باليد ، ثم تصهر وتعاد بعد كل مرة تستخدم بها .

ويستطيع الطابع الذى يملك مطبعة لا بأس بها ان يقتنى مسبكا خاصا به يصنع له الحروف التى تجمع يدويا فى مطبعته . كما يستطيع الطابع الصغير ان يشتري ما يلزمه من حروف من مطبعة اكبر من مطبعته ، ثم يبيع الحروف التى استخدمها بعد استعمالها ليعاد سبكها من جديد . وقد يوجد فى بعض المدن الكبرى مصانع متخصصة فى سبك الحروف ويبيعها للطابعين الصغار ، ولا شك ان الحروف التى ينتجها مسبك « المونوتيب » تكون هشة وواضحة وجديدة عندما تستعمل فى كل مرة . ويستطيع الطابع ان يستبدل ما لديه من حروف ، بحروف أخرى مختلفة الاشكال والاحجام ، بل مختلفة فى اللغة نفسها - كلما دعت ضرورة عمله وتغير حاجاته ومطالبه .

ان هذه الطريقة البارعة التى تجمع بين الجمع اليدوى التقليدى ، والمسبك الاالى الحديث للحروف تنتشر بازدهار كبير فى الدول النامية ، حتى فى المطابع التى تعمل للانتاج الكبير وتستخدم « المكنة » الكاملة فى الفروع الاخرى لانتاج الكتاب كالطبع والتجليد . وتعتبر ايران واندونيسيا من بين الدول التى انتفعت انتفاعا عظيما رائعا بهذه الطريقة .

ب - المونوتيب : هذه طريقة للجمع الاالى ، تستخدم قطعة معدنية لكل حرف على حدة ، وهى من هذه الناحية تشبه الى حد ما الجمع اليدوى . وهناك جزآن هامين فى آلة المونوتيب : الجزء الاول هو لوحة الحروف او المفاتيح التى يدق

العامل عليها فتحدث ثقوبا في شريط من الورق . والجزء الآخر هو المسبك الذى يتولى سبك الحروف وترتيبها بالشكل المطلوب الذى تحدده الثقوب التى أحدثها الجزء الأول في شريط الورق .

ويمكن الاحتفاظ بهذا الشريط فترة من الزمن لاستخدامه مرة أخرى في جمع نفس الكلمات ، أما الحروف نفسها فيمكن صهرها وإعادة سبكها .
كما أن مسبك المونوتيب يمكن استخدامه في سبك حروف تستخدم في الجمع اليدوي كما نكرنا من قبل .

وإذا استخدمت آلة المونوتيب في جمع مادة مقروءة عادية لا توجد بها تعقيدات أو متطلبات خاصة فإنها تكون في الغالب أكثر كلفة من طريقة الجمع بالسطر الكامل، وهى الطريقة التى سنتحدث عنها في الفترة التالية . وعلى أية حال فآلة المونوتيب ، تعتبر أفضل آلات الجمع الميكانيكية جميعا ، وأكثرها مرونة ولها مزايا خاصة في جمع الكتب التى تتضمن معادلات أو رموزا علمية، أو جداول معقدة ، أو حروف ذات نطق خاص كالحروف العربية ذات الشكل الكامل (الضمة والفتحة والكسرة والسكون — الخ) والأجزاء الصعبة الأخرى من المواد المطبوعة .

ج — التينوتيب والانتريتيب : هاتان الآلتان تتنافس كل منهما الأخرى من الناحية التجارية تقومان بجمع « سطور » من الحروف بدلا من جمعها حرفا حرفا . والطريقة العامة في هذا الجمع تسمى « السبك بالسطر » . ومن الضروري في هذه الطريقة إعادة جمع السطر الكامل إذا وجد خطأ في أى حرف من حروفه . وقد يتبين أن هناك خطأ جديدا عند إعادة جمع السطر . كما أن هذه الآلات لا تستطيع جمع بعض المواد الطباعية الخاصة المستخدمة في بعض الدول النامية . كما أنها لا تتصف بالمرونة التى تتميز بها آلة المونوتيب . ومع ذلك فإن طريقة الجمع بالسطر ، أقل نفقة وأوسع استخداما من باقى طرق الجمع الآلية الأخرى ، في عمليات الجمع العادى وغير المعقد .

د — الجمع بالتصوير : هذه طريقة للجمع لا تستخدم حروفا معدنية وفي الأسواط عدد كبير منها تتنافس فيما بينها من الناحية التجارية ويقوم العامل

بتصوير الحرف المطلوب جمعه في الوضع الذي يريده ، ثم تنتج الآلة فيلم يحمل صورة الحرف المطلوب . ويستخدم الفيلم عادة في صنع اللوحة التي تستخدم بدورها في طريقة الطبع بالأوفست (كما سيأتى ذكره في الفصل الخاص بالطبع) وان كان الفيلم يمكن استخدامه أيضا في صنع الكليشيهات المستعملة في طريقة الطبع البارز . وحتى الآن لم تحل بعض المشكلات القائمة في طريقة الجمع بالتصوير عند استخدامها لجمع الكتب ، وليست هناك حتى الآن وحدات كثيرة للجمع بالتصوير في البلدان النامية . على أن كثيرا من المراقبين يعتقدون أن هذه الطريقة يمكن أن تكون ذات قيمة كبيرة في المستقبل . وينبئ للطابعين ذوى النظر البعيد ، في الدول النامية ، وللناشرين الذين يتعاملون معهم ، أن يراقبوا باهتمام التطور الكبير الذى سيحدث في هذا الجانب من الطباعة خلال الأعوام القادمة .

هـ - طرق أخرى للجمع : في أنواع الطباعة التي سنتعرض لها فيما بعد والمسماة بالطباعة المساء (بلاتوجرافيا) ومن أهمها الطريقة المعروفة باسم الأوفست ، من المستطاع جمع الحروف بطريقة أخرى غير الجمع البدوى أو الأولى أو التصوير .

فالكتابة على الآلة الكتبية، والكتابة باليد، والرسم، كلها يمكن أن تطبع كما هي في الأصل دون استخدام إحدى الطرق السابق ذكرها . والطرق الجديدة تستخدم بخاصة في جنوبى آسيا ، وبوجه أخص في اللغة الاوردية (الهندية) حيث تستخدم الكتابة باليد بدلا من حروف الطباعة حتى في الصحف اليومية . والكتابة على الآلة الكتبية تستخدم بدرجة متزايدة ، حتى في أكثر البلاد تقدما . والاحتمال الأكبر في المستقبل ، هو أن تستخدم الآلة الكتبية في عملية الطبع ، استخداما واسع النطاق في جميع البلدان .

وكما سيرد الحديث عن طبع الصور فيما بعد ، أصبح من الشائع الجمع بين الصور وحروف الآلة الكتبية في الطباعة بالأوفست ، كلما أراد الناشر أن يستغنى عن شكل الحروف المستعملة عادة في طباعة الكتب . وقد لجأت اليونيسكو الى استخدام حروف الآلة الكتبية في طبع كثير من منشوراتها .

وبالنسبة ، فإن الأصل الإنجليزي لهذا الكتاب الذى نقرؤه الآن مطبوع — كمعد كبير من الكتب الأخرى التى تنشرها شركة بوكز للنشر — بهذه الطريقة .

ز — الجمع الإلكتروني : لقد حدث تطور جديد هائل فى بعض الدول الغربية وأصبح الجمع الإلكتروني منبئا بحدوث ثورة فى عالم الكتب والجمع فى السنوات القادمة . ولا يمثل الجمع الإلكتروني فى ذاته طريقة جديدة للجمع تختلف عن الطرق السابق ذكرها كالمونوتيب واللينوتيب والانتريتيب والجمع بالتصوير . فالمعل الإلكتروني هنا ليس الا جهازا يتحكم فى آلة الجمع أو الآلة الكاتبة . وليس هو فى ذاته آلة خاصة تجمع الحروف .

ح — الصور والرسوم : وبالرغم من أن الصور والرسوم لاتتضمن مشكلات جمع الحروف فانها تعتبر جزءا من عملية الجمع ، لأن لها كالحروف ، شكلا خاصا يحرص الطابع على نقله بعمليات الطبع التالية لهذه المرحلة .

ان الطابع المحترف يعرف ويستخدم طرقا عديدة لطبع الصور ، لكن الناشر ينبغي له أن يفرق أولا بين نمطين رئيسيين من الصور : الأشكال « الخطية » أى ان تكون الصورة فى كل جزء منها إما سوداء خالصة وإما بيضاء خالصة ، والصور « المتدرجة » وهى التى قد تتضمن تداخلا بين الأبيض والأسود فى أجزائها . فالرسم البسيط باستخدام مجرد خطوط سوداء على ورق أبيض ، يعد مثلا للرسم « الخطى » ، أما الصور الفوتوغرافية فهى مثل واضح للصورة « المتدرجة » .

وإذا كان الطابع سوف يستخدم طريقة الاوفست فى طبع الكتاب ، فإن الناشر لن يحتاج الى أن يتسائل عما اذا كتبت الصور والرسوم التى يريد نشرها فى هذا الكتاب رسوما بالخط «أو صورا بالدرجة» لأن الطبع بالاوفست سيتولى كلا الصنفين دون اختلاف فى التكاليف بين أحدهما والآخر .

أما اذا كان الطبع سيتم بطريقة الطبع البارز ، فإن على الناشر أن يفكر جيدا فى مسألة التكاليف ، لأن « الكليشيئات » المستخدمة فى تصوير الرسم بالخط أرخص بكثير من « الكليشيئات » الخاصة بالصور « المتدرجة » ، ويمكن أن تطبع على أى نوع من الورق . أما « الكليشيئات » الخاصة بالصور « المتدرجة » فهى غالية نسبيا ، وتتطلب أنواعا خاصة من الورق ، لتحقيق نتائج أفضل .

والورق الامثل لطبع الصور المترجمة اذا كان الطبع بارزا ، هو الورق المعروف بالورق الكوشيه أو « بورق الفن » او بالورق الناعم . ومثل هذا الورق غالى الثمن ولهذا يلجأ الناشر الى استخدامه في الاجزاء التى تتضمن الصور ، دون غيرها من باقى اجزاء الكتاب . وهناك بعض أنواع خاصة من الكتب ، كالكتب الدراسية ، التى تنشر فى صفحاتها الصور والرسوم التوضيحية ، يستخدم لها الناشر نوعا خاصا من الورق يسمى **English-finish** او **Machine-finish** . وبذلك يتحاشى غلاء اسعار الورق الكوشيه ويحصل فى الوقت نفسه على صور مطبوعة طبعيا واضحا . وهناك جوانب أخرى كثيرة جدا فى عملية الجمع التى تعتبر الخطوة الأولى فى صناعة الكتاب ومن بينها طريقة توضيب الحروف فى الاطار المساوى لصفحة الكتاب ، ثم تقفيل الاطار قبل وضعه على آلة الطبع . على ان مثل هذه العمليات ، لا يمكن تعلمها الا بملاحظتها فى احدى المطابع ، واحسن من ذلك بممارستها ممارسة عملية داخل غرفة الجمع .

ثانيا - الطبع

الطبع هو عملية وضع الحبر على الورق . وهناك طرق عديدة للطبع ، وأكثر هذه الطرق استعمالا فى طبع الكتب الطرق التالية :

١ - الطبع البارز

هذه هى طريقة الطبع التقليدية المستخدمة طوال القرون الماضية فى أنحاء كثيرة من العالم . وهى عبارة عن وضع الحبر على الاطراف البارزة من الحروف ، وضغط الورق على هذه الاطراف البارزة ، فننتقل صورتها الى الورق . وفى الأزمنة الحديثة استخدمت لوحات ذات أسطح بارزة ، ليضغط الورق عليها كالضغط على الحروف نفسها . واللوحه عبارة عن قطعة معدنية رقيقة (وفى السنوات الأخيرة أصبحت أحيانا تصنع من المطاط او البلاستيك) وهى عادة لا تبلى بسرعة كالحروف المعدنية المستخدمة فى الطباعة ، ومن الممكن حفظها وتخزينها ليعاد استعمالها من جديد .

ومعظم الكتب التى تطبع فى جميع أنحاء العالم ، لا تزال تطبع نقلا عن الحروف نفسها . ومع ذلك فإن عددا من الناشرين أصبحوا يطبعون كثيرا من كتبهم نقلا عن اللوحات (الكليشيات) . ولا يستطيع الناشرون التنبؤ بالزمن الذى سينقضى بين الطبعة الأولى للكتاب والطبعة التالية له ، ولكنهم يؤمنون بعض المال من الكتب الراجعة التى يطبعونها مرة بعد أخرى نقلا عن اللوحات المصورة لها ، وينفقون هذا المال المتوافر لهم ، على تصوير باقى الكتب التى ينشرونها . وهناك ميزة أخرى لاستخدام اللوحات بدلا من الحروف التى تجمع فى كل طبعة ، وهذه الميزة هى توفير الوقت عندما يراد إعادة طبع كتاب ، ذلك الوقت الذى ينقذه الطابع فى جمع مادة الكتاب مرة أخرى من أوله إلى آخره إذا لم يكن مصورا على لوحات .

وكحل بديل للتصوير على اللوحات « الكليشيات » ، يمكن الاحتفاظ بالحروف مدة من الزمن ، حتى يعرف الناشر من معدل مبيعاته الأولى من الكتاب ، احتمال إعادة طبعه من عدمه ، وبذلك يوفر إعادة الجمع إذا قرر إعادة الطبع ، أو يفرق الحروف إذا لم يشأ إعادة الطبع ، فلا يتحمل تكاليف التخزين . لأن الطابع الذى يستخدم الحروف فى الجمع اليدوى ، لا يمكن أن يرضى ببقاء الحروف مجموعة دون استخدام فترة طويلة من الزمن ، وحتى إذا كان الطابع يستخدم الحروف المعدنية التى تجمع مرة واحدة وتصح بعد ذلك ، فهو لا يستطيع بقاءها بمخزنه دون إعادة صهرها لأن ذلك يكلفه خسارة مالية . ولهذا فإن الطابع يتقاضى من الناشر أجرا عن بقاء الحروف مجموعة بعد انتهاء الطبع مدة لا تزيد عن بضعة أيام إذا تم ذلك بناء على طلب الناشر .

ومع التقدم الكبير الفنى فى طباعة الأوست خلال السنوات الأخيرة ، زاد استخدام هذه الطريقة فى إعادة طبع الكتب ، بما فيها الكتب التى طبعت للمرة الأولى بالحروف البارزة . وفى مثل هذه الحالات تصنع لوحات الأوست بتصوير نسخة من الطبعة الأولى الأصلية التى طبعت بالحروف البارزة .

ب - الطبع الاملى (بالليتوجرافيك)

يسمى هذا النوع من الطباعة بالطبع الاملى ، لان الطبع يتم بواسطة لوحات ملساء مستوية السطح بدلا من استخدام حروف بارزة أو لوحات (كليشيهات) ذات سطوح بارزة . ان صورة الحرف أو الرسوم أو الصور المطلوب طبعمها، تبدو على وجه اللوحة الناعم لا بارزة عليها ولا محفورة فيها ، ويتم الطبع بوسيلة كيميائية تجعل الحبر ينتقل من الأجزاء المطلوب طبعمها دون بلى أجزاء اللوحة ، ويوضع الورق على هذه اللوحات المقطاة بالحبر فينتقل الحبر على الورق من أماكن الحروف أو الرسوم أو الصور ، دون بلى أجزاء اللوحة .

وطباعة الأوفست الحديثة هي أشهر طرق الطباعة الملساء ، وأهمها جيمما فى انتاج الكتب . على انه تجدر الإشارة الى أن طريقة الطباعة المسماة « بالليتوجراف » فى جنوبى آسيا ، وهى الطريقة المشابهة كثيرا لطبع « الحجر » المعروف من قديم ، هى نوع آخر من أنواع الطباعة الملساء.

وتتضمن الطباعة الملساء مجموعة كبيرة من العمليات التى تستخدم آلات صغيرة متعددة الاشكال مثل آلة « دافيدسون » و « الملتيث » ٠٠٠ انغ . وهى التى تعتبر عادة آلات نسخ مكتبية لطبع النشرات والمواد الطباعية الصغيرة لا لطبع الكتب .

ولكن الواقع ان هذه الآلات الصغيرة تستخدم فى بعض الأحيان لانتاج الكتب بتكاليف اقل مما تتكلفه آلات الطبع العادية . ومن المساوئ الرئيسية لهذا النوع من الآلات السهولة الاستخدام ، صغر مساحة الورق الذى يطبعه عليها (٤ صفحات فقط للفرخ الواحد أحيانا) ومن هنا يتكلف الطابع نفقات كثيرة لزيادة اجور الأيدى العاملة المشتغلة فى تجميع الأفرخ وتطبيقاتها وتجليدها بعد ذلك . على ان اجور الأيدى العاملة فى كثير من البلدان النامية رخيصة الى حد كبير ، ومن هنا يزول اثر هذا الميب ، وتصبح هذه الآلات صالحة لانتاج الكتب بنفقات معقولة .

وقد أحدثت طباعة الأوفست ثورة في انتاج الكتب في أجزاء كثيرة من العالم . ومن مزاياها أن الطابع يستطيع أن يجمع بين التجارب المطبوعة للحروف المجموعة والرسوم والصور الفوتوغرافية واللوحات المصورة . الخ ، يجمع بين كل هذه الاشكال في عملية واحدة دون أن يتحمل تكاليف طبع كل نوع منها على حدة ، او استخدام نوع خاص من الورق لكل منها . ولما كانت المرحلة الأخيرة قبل صنع اللوحة المستخدمة في الطبع هي مرحلة اعداد الفيلم الذي يحمل صور الحروف والرسوم وغيرها ، فانه من المستطاع الاحتفاظ بهذا الفيلم دون حاجة الى الاحتفاظ باللوحات نفسها اذا رُئى الاستغناء عنها .

ولطباعة الأوفست ميزة خاصة في مجال التعاون الدولي بين الناشرين الذين يرغبون في انتاج طبعات مختلفة - بلغات مختلفة - لكتاب واحد ، وخاصة اذا كان هذا الكتاب يتضمن صوراً ملونة يتكلف طبعها نفقات باهظة . فالناشر الأصلي يستطيع أن يعد مجموعة من الأفلام لهذه الصور الملونة ، ويستطيع أن يبيع أو يؤجر نسخاً منها لناشرين آخرين في دول أخرى ، وبخاصة أن هذه الأفلام يمكن نقلها أو إرسالها الى اماكن بعيدة بأجور زهيدة ، وبذلك تنخفض تكاليف الانتاج لدى الناشر الأصلي والناشرين الأجانب الذين يتعاون معهم .

ج - الطبع المحفور (جرافير)

في هذا النوع من الطباعة لا تكون الصور المرسومة على وجه اللوحات المعدة للطبع بارزة كما هي الحال في الطبع البارز ، ولا مستوية كما هي الحال في طباعة الأوفست ، بل محفورة ينفذ اليها الحبر . وطباعة الروتوجرافير تستخدم لوحات مقوسة وآلات طبع عالية السرعة ، وهي اقتصادية في انتاج الكميات الضخمة ، ولكنها غالية التكاليف اذا طبعت عليها طبعات محدودة العدد . وآلات الطبع المحفور التي تغذى بالورق يدويًا ، آلات باهظة التكاليف ، ولكنها تستخدم أحياناً حتى في طبع كميات قليلة ، اذا كان النشر يطبع صوراً يريد أن تكون واضحة جلية ، ومثل هذه الآلات تستطيع أن تحقق له ذلك لكثير من اية آلة أخرى . على أن الطباعة المحفورة (الجرافير) ليست في الوقت الحاضر بذات أهمية في صناعة الكتب ، في معظم البلدان القارية .

د - الطباعة دون ضغط

ومن الطرق التي ستحدث ثورة في طبع الكتب ، وبخاصة للأعداد القليلة تلك الوسائل الحديثة التي تستخدم الأساليب الفنية الكهربائية ، ومن أشهرها آلات « زيروكس » . ان استخدام آلة الزيروكس يجعل من المستطاع طبع نسخ قليلة جدا من مادة مطبوعة بتكاليف معقولة لا يمكن لآلات الطبع العادية القيام بها يمثل هذه التكاليف (كما يحدث في طبع طبعات تجريبية لكتب مدرسية أو جامعية جديدة ، أو طبع نسخ قليلة من كتب نفدت طبعاتها لتستخدمها المكتبات العامة أو الأساتذة الباحثون) . وإذا اجتمعت آلة الزيروكس مع آلة الميكرو فيلم التي يمكنها تصوير كمية هائلة من المعلومات وحفظها في حيز صغير بتكاليف زهيدة ، يمكن إعادة طبع ونشر أعداد محدودة من كتب ذات قيمة كبيرة في ميادين الطب أو العلم أو التكنولوجيا مثلا .

ان هذه الطريقة تنبئ بمستقبل كبير ، وان كانت لم تحل بعد جميع المشكلات الخاصة بطبع الصور والألوان . . ولم تنتشر بعد آلات الزيروكس في افريقيا وآسيا (ما عدا اليابان) ولكنها معروفة الآن في أجزاء كثيرة من أمريكا اللاتينية . وعندما ينتشر استخدام هذه الآلة في الدول النامية ، يصبح من الضروري لنشر الكتب أن يولوها مزيدا من اهتمامهم لما يمكن أن يؤديه في المستقبل من خدمات .

هـ - الطبع على شاشة الحرير

هذه الطريقة تعتبر من أبسط طرق الطبع . وهي تسمى عادة الشاشة الحريرية ، وان كانت الشاشة في الأعوام الأخيرة يمكن أن تكون من النيلون أو القطن أو الشبكة المعدنية . . الخ . وتستخدم الشاشة في بعض العمليات الطباعة الخاصة ، كورق الجدران . وليست هذه الطريقة من الطرق العملية الصالحة لطبع كتاب كامل ، ولكنها مفيدة جدا في طبع المصقات أو الصفحات المفردة الملونة ، عندما تكون الكمية المطبوعة قليلة العدد بحيث لا تصلح لطبعها الآلات المخصصة لطبع الأعداد الكبيرة . فعندما يريد الناشر مثلا طبع عدد

محدود جدا من كواب يتضمن بعض اللوحات الملونة، فإن وسائل الطبع العادية تصبح باهظة التكاليف عند قيامها بطبع العدد المحدود ، ولكن الفنان الذى يعد بنفسه الشاشة الحجرية ويطبع عليها الصور الملونة ، يستطيع أن ينتج العدد المحدود من هذه النسخ بتكاليف معقولة .

و - آلات الطباعة الخاصة

وهناك عدد كبير من آلات الطباعة الخاصة المستعملة فى كل من الطبع البارز والطبع الأملس ، ولكنها مجرد تحسينات جديدة لطرق الطبع العادية . فهناك الآلات المسماة بالـ **Perfecting** وهى التى تطبع فرخ الورق بوجهيه فى آن واحد . وهناك آلات « وب » **Web** وهى التى تستخدم لفات الورق الكاملة لا الأفرخ المسطحة ، وهى فى ذلك تشبه مطبع الصحف . وهناك آلات الـ **Multi-color** أو المتعددة الألوان وهى التى تستطيع طبع لونين أو ثلاثة أو أربعة أو أكثر فى وقت واحد .

وبالرغم من أن هذه الإضافات المتطورة باهظة التكاليف للغاية ، إلا أنها يمكن أن تكون اقتصادية ، عندما تكون الكمية المطبوعة كبيرة جدا . وبمرور الأيام يتطلع كثير من الطابعين وعملاتهم الناشئين فى البلدان الغامية ، الى الوسائل التى تمكنهم من استخدام هذه الآلات الحديثة ولو فى المستقبل ، بصور اقتصادية تناسب الإنتاج الكبير الذى يمكن أن يلبي طلبات الأسواق التى تنمو وتبشر بمستقبل زاهر .

ثالثا - التجليد

بعد أن يتم طبع الأفرخ الورق التى يتكون منها الكتاب ، تجمع هذه الأفرخ أو كما تسمى « بالملازم » وكل ملزمة منها تحتوى على ٨ صفحات أو ١٦ أو ٣٢ أو ٦٤ صفحة . وعملية التجليد تشمل تطبيق هذه الأفرخ ووضع كل منها الى جانب الآخر فى نظام دقيق ، وقص هوائشها (تعريشها) ثم الربط بين هذه الصفحات بطريقة ما ، ثم تجليدها بغلاف من الأغلفة .

«ويمكن أن يتم تطبيق الأفرخ يدوياً» وفي معظم المطابع الموجودة بالطول النامية يتم التطبيق باليد لرخص الأيدي العاملة وقلة تشغيل الآلات. على أن معظم المطابع الكبرى تشمل بعض آلات «التطبيق» الميكانيكية. وهناك أخطاء كثيرة جداً من آلات التطبيق تناسب مختلف الأغراض، ومختلف أحجام الورق، ومختلف السرعات.

والخطوة التالية بعد تطبيق «الأفرخ» هي تجميعها ووضعها بعضها إلى جانب بعض، بالشكل الذي ستظهر فيه عند انتمام الكتاب. وبالرغم من أن معظم هذه العمليات تتم باليد في أنحاء كثيرة من العالم، إلا أن هناك وسائل للإسراع في القيام بهذه العمليات، كاستخدام «أصابع المطاط» وأنواع مختلفة من الرفوف والمواد للتجميع عليها. وحيث تكون أجور الأيدي العاملة منخفضة، فإن الوسائل الميكانيكية تكون غير اقتصادية في التطبيق والتجميع، إلا إذا كانت الكميات كبيرة جداً.

وبعد أن تطبق وتجمع الأفرخ المطبوعة، تجيء الخطوة التالية وهي الربط بينها أو لصقها معاً. وبأبسط الطرق المستخدمة في هذا الربط بين الأفرخ هي خرمها بالسلك. والتجليد بالخيط يتكلف أكثر من الخرم بالسلك، ولكنه ألزم وأتقن إذا كان الكتف سميكا، لأنه يضمن نتائج أفضل، ويمكن التغاير من «تقليب» الصفحات بعرونة وسهولة أكثر.

وإذا كان الطابع يريد وضع غلاف سميكا للكتاب فإن عليه أن يقص الأفرخ من هوامشها الثلاثة قبل التجليد. أما إذا كان الغلاف الخارجى من الورق. فإن عملية القص «التعريض» تتم بعد لصق الغلاف، وبذلك يقص الغلاف نفسه مع الورق الداخلى للكتاب. أما إذا كان التجليد سيتم بالطريقة المسماة «برفكت» كما سيجيء شرحها فإن الأفرخ لا تخرم بالسلك ولا تغلط بالخيط، ويكتفى بقصها من هوامشها الأربعة جميعاً ثم تطوى بمادة لإصقة.

طريقة «برفكت للتجليد» لقد كانت هذه الطريقة مفتاحاً لتطور انتاج الطبعات الشعبية الممثلة «ذات الغلاف للورق» «Piper-back»

في الدول الغربية . وتتقدم هذه الطريقة تقدما سريما في البلدان النامية
ايضا . وفيها تقص أفرخ الورق من جوانبها الأربعة ثم توضع في الغلاف
المصنوع من الورق وتلصق فيه بمادة لاصقة . وفي أوائل عهد استخدام
هذه الطريقة ، كانت آلة التجليد ضخمة جدا وباهظة التكاليف ، ولم
تكن النتائج مرضية دائما . فقد كانت بعض الصفحات لا تلصق لصقا
دقيقا وتنفصل عن باقي الكتاب ، كما ان الأغلفة كانت تتكسر في المناطق
الباردة وتجلب الهوام والحشرات في البلدان الاستوائية . ولكن المصانع في
الاعوام الأخيرة استطاعت أن تنتج مواد لاصقة جيدة تستطيع أداء الغرض منها
في جميع الأجواء ، وأصبحت آلات التجليد بهذه الطريقة تنتج في وحدات
صغيرة يمكن إدارة بعض أنواعها باليد . ولاشك أن هذه الطريقة في التجليد
ينتظر لها مستقبل عظيم في البلدان النامية .

طبع الغلاف : بالرغم من أن طبع الغلاف عملية طباعية خلصة ، إلا أنها
مرتبطة اشد الارتباط بعملية التجليد ، وهذا ما دعانا الى الحديث عنها هنا .
إن الغلاف وإن لم يكن انتاجه كثير الكلفة إلا أنه عامل هام من عوامل ترويج
الكتاب وتسويقه ، ولهذا فهو يحتاج الى عناية كبيرة في اختيار المادة التي
يصنع منها ، والتصميم أو الشكل الذي يخرج به ، وكيفية الطبع نفسه . ويمكن
تحقيق نتائج رائعة بكثير من الطرق ، وبخاصة إذا كان الغلاف لامعا (والغلاف
اللامع ذو مزايا لأنه لا يستبقى التراب ، كما أنه يكون جذابا لفتنا للنظر) .

والغلاف اللامع المصنوع من الورق يمكن طبعه بنوع خاص من الحبر
اللامع ، كما يمكن انتاجه باستخدام الورنيش ، أو استخدام طبقة
من « السيلوفان » أو المادة المشابهة لتلصق على الغلاف بعد طبعه .

ولما كان طبع الغلاف عملية كثيرة التكاليف ، لأنه يطبع عادة في أربعة ألوان ،
فقد يكون من حسن التعبير أن يقوم بطبع عدة أغلفة لكتب مختلفة في وقت
واحد ، ليستطيع خفض تكاليف الطبع الملون ، بقدر الامكان .

الورق : يجب على الناشر أن يلم الملبا طيبا بأنواع اللورق المستخدمة في

لتفاج الكتلف. واذا لم يكن لدى الناشر فكرته الخاصة المسبقة ، فانه سوف يقبل ما يعرضه عليه الطابع من انواع الورق ، والشن الذى يحدده له ، سواء اكان هذا النوع هو المناسب تماما لهذا الكتاب أم لا . وهناك عديد من انواع الورق الصالحة لصناعة الكتلف ، ابتداء من ورق الصحف الاسمر الى ورق « الفن » (الكوشيه) اللامع القالى الشن المنفطى بطبقة من المساحيق او المواد الاخرى ، لتكسبه سطحا جميلا براقا ، وليس على الناشر ان يكون متخصصا فى صناعة الورق ، عالما بكل تفاصيلها ، ولكن عليه ان يعرف انواعا رئيسية منه ، ووجه استخدام كل منها وطريقة طبعه . كما ينبغى له ان يستطيع التفرقة بين انواع الورق المختلفة .

واول شئ ينبغى معرفته هو مساحة الفرخ الذى يستعمله الناشر لاجراج كتلف معين ، وقدرة آلة الطبع على استخدام هذه المساحة المعينة للفرخ ، ثم على الناشر بعد ذلك ان يعرف بعض خصائص كل نوع من الورق . وفيما يلى اهم المواصفات التى يجب معرفتها :

خامة الورق (وهى تتوقف على نوع اللب الذى يصنع منه) .

وزن المتر المربع منه .

السمك .

السطح (هل هو مناسب لطبع الصور ؟ لطبع الاوغست — الخ) .

الصلابة .

اللون (ومدى قابليته للتغير بمرور الزمن) .

اتجاه التجزيع (التصريق) .

القابلية للتطبيق .

مقاومة التمزق .

والناشر الحكيم هو الذى يضع فيذهنه جيلة اعتبارات معا ، ويدرك —مثلا— ان الورق السميك غير الشفاف ، يصلح فى كتلف معين ، اكثر مما يصلح الورق الشفاف ، الا اذا كان الآخر اكثر سمكا ، ويلتالى سيكون اقل ثمنا .

- وقد كان الناشر مقيماً في مدينة لا تتوافر فيها أحسنات الورق المختلفة ، فإنه سوف لا يستطيع اختيار النوع المطلوب على وجه الكثرة ، وفي البلاد النامية التي لا تتوافر فيها العمالات الأجنبية الحرة ، نجد النشر نفسه مضطراً إلى استخدام النوع المتوافر في الأسواق . بل أنه أحياناً يضطر إلى استخدام أكثر من نوع واحد من الورق في كتاب واحد ، إذ يبدأ بنوع ثم لا يستطيع تكملته الكتاب منه ، فيضطر إلى استخدام نوع آخر . ولكن النشر الذي يعمل في مدينة كبيرة توجد بها متاجر تختلف أنواع الورق ، يستطيع أن يختارها بوفرة عنها . وفي مثل هذه الحالات يكون من قصر النظر الفاعل أن يترك الناشر أثر اختيار الورق لصاحب المطبعة . فالتخطيط السابق لنوع الورق المستخدم في طبع الكتاب ، وسيلة من أسهل الوسائل التي تمكن الناشر من زيادة أرباحه .

لقد تناول هذا الفصل مجرى عملنا سريع وبسيط للمعلومات التي يمر بها لنتاج الكتاب . وربما يكون هذا الإيجاز والتبسيط قد أدى إلى شيء من عدم الدقة في الوصف ، ولكن هذا الفصل جدير بأن يكون قد حقق الغرض منه ، إذا ما أوحى إلى الناشرين بالاستزادة من القراءة والتعلم في هذا الموضوع . ويمكن الاستزادة من المعرفة بقن الطباعة ، بالاستزادة من القراءة والأطلاع ، وأكثر من ذلك ، بالملاحظة لما يجري داخل المطبع ، وبالمناقشة المستمرة للمشكلات المشتركة بين الناشرين بعضهم وبعض ، وبينهم وبين الموردين للآلات والخبائث .

إن الناشر الذي يهتم ببناء مستقبله ، جدير بأن يكون على إدراية بصناعة الطباعة ، أسوة بدرايته بصناعة النشر .

وعليه أن يساعد الطابعين الذين يتعامل معهم على أن يعرفوا احتياجاته في المستقبل ، وبذلك يضعون في خططهم الطويلة المدى الوحدات الإنتاجية ، أو الآلات المطلوبة أو الأنواع المختلفة تماماً من آلات الطباعة ، التي ينبغي لهم الحصول عليها لمسايرة التقدم وسد احتياجات المستقبل .

الفصل الثامن

بيع الكتب

بعد اتمام جميع الاعمال التحضيرية من : المؤلف ، والمصمم والرسام ، والمحرر ، والطابع ، وبعد اجراء التعديلات والتجارب النهائية فانه يتم طبعها وتجليدها وتصبح صالحة للقراءة .

وقسم البيع في دار النشر هو الذى يتولى الحصول على الاموال لتسداد الفوائد .

ومهمته جديرة بالتقدير ، ليس فقط من وجهة نظر تمويل حساب النشر بالبنك ، ولكن ايضا بسبب خدمته لصالح صناعة النشر بتوصيله الكتب الى جمهور القراء .

ولهذا فان هدف هذا القسم ليس فقط جلب الايراد ، ولكن بالقيام بتوزيعها على نطاق واسع .

واذا كانت الكتب رابحة فان مصلحة الناشر ومصلحة الجمهور تسيران جنبا الى جنب .

وكما اوضحنا في الفصل الثالث حول اقتصاديات نشر الكتاب فان اسهل طريقة هي تخفيض السعر عن طريق زيادة الكميات للحصول على تكلفة اقل للنسخة ، ولكن ليس من المنطقى طباعة كميات لا يتم بيعها .

ويفضل قسم المبيعات واجيدا من اهم نتائج نجاح الناشر وقدراته على خدمة الجماهير .

وكما درجنا دائما في هذا الكتاب ان تأكيدنا لوجود قسم المبيعات لا يثبط عزيمته
صفار الناشرين الذين ليس لديهم هذا القسم .

والمبادئ التي نسردها هنا تنطبق على بيع الكتب في منشأة صغيرة للنشر
لديها موظفان او ثلاثة لاداء جميع الاعمال .

طرق بيع الكتب

يمكن تقسيم الطرق العديدة التي يتم بها بيع الكتب ببساطة الى أربع
مجموعات وفقا لطبيعة الميل الذي سيتولى سداد فاتورة الناشر .

١ - المستهلكون الافراد

وهم الذين يبيع لهم الناشر مباشرة نفسه بنفسه .

ومن وسائل هذا البيع المباشر :

— التوزيع للبيع او الدعاية مباشرة بالبريد (انظر فصل ٩) .

— عن طريق منشأة الناشر نفسه (انظر فصل ٢٠) .

— عن طريق التوزيع بطريق الاغراق . اذا كان الناشر يملك ذلك (انظر

فصل ١٤) .

— عن طريق نوادي الكتاب — اذا كان له ذلك (انظر فصل ١٢) .

— عن طريق الاشتراكات لدى الناشر (انظر فصل ١٤) .

٢ - المؤسسات الجماعية

من الطبيعي ان اهم العملاء هم المدارس والمكتبات ومراكز محو الامية او

مراكز التنمية العلمية .

وفن البيع لمثل تلك المؤسسات يتم عادة على نطاق واسع بين دولة واخرى

بين وقت وآخر .

وهناك وسائل خاصة قد تكون ضرورية لبيع الأنواع المختلفة من هذه الكتب :

الكتب الدراسية (انظر فصل ١١)

كتب المراجع (انظر فصل ١٠) •

كتب الاطفال (انظر فصل ١٢)

الكتب الثقافية والمواد الادبية الجديدة (انظر فصل ١٦) •

وبعض أنواع المبيعات من كتب المؤسسات قد تباع محليا عن طريق امتياز بيع الكتب الدراسية لوزارة التربية والتعليم التي قد تتمم نظاما محددا في كتبها للمدارس •

وقد يحتاج الأمر من الناشر أن يجند مجموعة من البائعين للسفر لزيارة المعاهد والمؤسسات في مختلف البلاد ، وقد يكون هؤلاء البائعون اما من موظفيه واما عن طريق وكلاء بالمهولة .

ومن الجدير بالذكر أن طريقة المراسلات المباشرة مع المؤسسات ذات ناعلية سواء تم البيع بذلك الطريق أو بغيره .

وطريقة ارسال هدايا مباشرة بالبريد للعميل قد ينشط العميل . فانه عندما يقع الكتاب بين يدي صاحب المكتبة فانه يساعد على تعريف القراء به ، وبذلك تنهال الطلبات على الكتاب .

٣ - بائعو القجزة

هؤلاء هم التجار على مختلف الأنواع ويبيعون الكتب — وفي الغالب — كتبا بكتاب الى المستعملين الحقيقيين • ان البائع في العادة يتعامل في تشكيلة كبيرة من الكتب ، ولكن ليس من الضروري أن تكون صادرة عن ناشر واحد . وعلى سبيل المثال ، وكما هو ظاهر في القسم الأول سابقا ، فان الناشر يمكنه ممارسة نظام التوزيع وعلى شكل واسع اذا توافرت له القوة والامكانات للقيام

بهذا العمل ولكن الطريقة الاعتيادية والمقصودة في هذا الجزء هي شركة متخصصة في توزيع الكتاب على نطاق واسع ومن واقع « كشوف » ليضمة ناشرين ، أو أكثر من ناشر ، ومن بين عملاء الناشر لفئة الموزعين من هذا الطراز وهم :

- محلات بيع الكتب بالقطاعي المنتظمة (انظر الفصل ٢٠) .
- شركة التوزيع وعلى نطاق واسع (انظر الفصل ١٣) .
- اندية الكتاب (انظر الفصل ١٤) .
- البيع عن طريق التوزيع بالبريد (انظر الفصل ٩) .
- شركة البيع بنظام الاشتراك (انظر الفصل ١٤) .

البائسون المتجولون وغيرهم من بائعي الكتب الذين ينتقلون بكتبهم سواء متجولين أو على تراجلت أو سيارات ... الخ .

٤ - بائعو الجملة

وفي الأماكن تسمية هذه الفئة من الناس « بائعي جملة » أو من اصحاب الأعمال وهم « الوسطاء » بين الناشرين وبائعي القطاعي والذين يحققون البيع الى مستعملي الكتب الحقيقيين ، ونظريا فان بائع الجملة لا يبيع رأسا الى المستهلك ولكن عادة وغالبا ما يحقق البيع النهائي وخاصة للمعاهد .

ان الخصم الإضافي الذي يتمتع به تاجر الجملة من قبل الناشر مع مراعاة مبدأ مبادرته بالبيع لتجار التجزئة فقط ، يجعل مبيعات هذا التاجر أي تاجر الجملة بالتجزئة تشكل مناقشة غير عادلة بينه وبين تاجر التجزئة . فقام تجار الجملة بتفويض الأسرار التي تجعل على أساسها تجار التجزئة ببيعهم للحقول في بعض البلدان ، ويحكم اتفاقيات مبادرة من الناشرين « كشروط للخصم الإضافي » في كثير من الأحوال .

دائما حين نظام البيع بالجملة قد يساهم مساهمة عامة في تنمية نشر الكتاب وتطوره وبيع الكتاب بالتجزئة في أي بلد أو كان هناك نظام مبدئي في تجارة

الجملة فإن تجار التجزئة وخاصة الصغرى منهم قد تواتهم الفرصة في الحصول على الكتب من ناشرين مختلفين وعن طريق تاجر جملة واحد . كما تتوافر الفرصة للناشرين في تحقيق المبيعات بالجملة لتجار الجملة بدلا من أن يكونوا مضطرين للتعامل مع كل من تجار التجزئة وعند كل صفقة .

في البلاد التي تتمتع جغرافيا بمساحات واسعة هناك منفعة اضافية ، اذ يمكن لبائع الجملة أن تكون لديه امثالت اقليمية أو مخزون من الكتب بموجبه يمكنه تلبية الطلبات وبسرعة اكبر مما لو التجا تاجر التجزئة بطلباته مضطرا في كل مرة الى الناشر في بلدة بعيدة .

من الطبيعي أن يحقق الناشر خسارة في النهاية اذا ترك كل الأمور في يد تاجر الجملة بدون أن تكون له اتصالات مباشرة مع المهتمين من تجار التجزئة . ولكن في الامكان ان يصبح تاجر الجملة الجاد مفيدا للناشر ويمكنه الوصول الى الامكن أو الاسواق التي يعرضها صغار التجار من بائعي الكتب في المناطق البعيدة .

حتى الناشر الكبير لا يقدر على الحفاظ على اتصالات دورية ومستديمة مع كل من بائعي الكتب الصغار الموجودين في انحاء البلد . ولكن في امكان تاجر الجملة الذي لديه العديد من الكتب ومن مختلف بيوت النشر من تحقيق هذا الاتصال .

ان ادراك البيع بالجملة هو على وجه الخصوص مفر لمستقبل البلاد النامية حيث انتشر العلم في ارجائها (ومنذ اهتمامها بالكتب) الا أن تنفيذ تسويق الكتب لا يزال محصورا وعلى نطاق واسع في المدن الرئيسية . لا يزال هناك الكثير من الاجزاء التي يجب اتخاذها ، ومع ذلك فيوجد هناك القليل من البلاد النامية التي لم تتمكن بعد من ارساء قواعد سليمة لتجارة الجملة .

التصدير

كل الوسيط السيلف نكرها أننا يمكن الاستفادة بها في البيع عن طريق التصدير وعلى الوجه الذي لا تختلف هذه الطريقة عن مثيلاتها من الطرق الأخرى .

وفي الحقيقة ، وكيفما كان الأمر ، فانه يوجد هناك الكثير من المضلات
الخاصة .

وهذا هو الواقع سواء كتبت معاملات الناشر مباشرة مع المستهلكين
الافراد (ويكاد يكون هذا عميرا في بعض البلدان) ، أو مع المعاهد أو تجار
التجزئة أو تجار الجملة في البلدان المستوردة أو مع بيوت التصدير في البلدان
المصدرة . ان الصراع الذي يشكله البيع للخارج هو في حد ذاته كبير لدرجة أن
بعض الناشرين لا يحاولون بمعرفتهم مباشرة العمليات الخارجية وبالتالي
يتركون كل شيء للمصدر حيث تتوافر له امكثيات السفر وتحمل النفقات نظرا
لانه يمثل العديد من مختلفي الناشرين .

هذه هي بعض العوامل من الكثير التي قد تؤثر في تنمية سوق التصدير .

أ - اللغة

لا بد لاستعلى الكتاب من حق اللغة المكتوب بها ، وهي الشيء الذي يحد من
حجم التصدير بالنسبة للناشرين في كثير من البلدان النامية . بعض اللغات في
آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية تتميز باستعمال واسع في أكثر من بلد ، ومن
بينها الآتي :

الانجليزية :

هي أكثر اللغات استعمالا ، وعلى نطاق واسع ، وليس فقط خلال اتصالات
البلدان النامية بعضها البعض ، ولكن كذلك في أثناء اتصالاتها بالملم
الغربي .

ان الناشرين باللغة الانجليزية في بلدان مثل : الهند ، والباكستان ،
ونيجيريا ، وغانا ، وكينيا ، وأوغندا ، وتانزانيا الخ .. لديهم فرصة حقيقية
لاتماء مهمة التصدير وبينهم وبين الغرب .

الفرنسية :

• هي كذلك مفيدة في التفاهم بين بعض البلدان الثابتة والنامية ومع أوروبا .
ان الظواهر مشجعة خاصة للتأثرين باللغة الفرنسية في البلدان الواقعة في
غرب افريقية والذين يستعملون هذه اللغة ، كما توجد هناك امكانات في مراكش
والجزائر وتونس ولبنان وسوريا وملايشت وبلدان اخرى حيث تستعمل
الفرنسية بجانب لغة اخرى .

الاسبانية :

وهي لغة غالبية أمريكا اللاتينية ، ولها امكانات واضحة لتصدير الكتاب
سواء داخل المنطقة أو بالتبادل مع أسبانيا . المكسيك والارجنتين هما فعلا من
كبار المصدرين الى بلدان أخرى في أمريكا اللاتينية .

البرتغالية :

لغة البرازيل أكبر بلدان أمريكا اللاتينية . وهي واسعة الاستعمال داخل هذا
البلد وفي البرتغال ، ولكن سترداد أهميتها مع ازدهار الأملكن التي تتكلم
البرتغالية في افريقية .

الصينية :

لغة هامة وليس فقط للصين الشعبية ولكن لجميع الجاليات الصينية فيما
وراء البحار . يوجد هناك فعلا تصدير على غاية من الأهمية من الصين الشعبية
الى الأملكن الحليفة ديبلوماسيا ، ومن تاويان وهونج كونج الى مختلف الأملكن
الصينية فيما وراء البحار .

العربية :

لغة بموجبها تصدر كميات ضخمة من الكتب ، ليس فقط بين البلدان العربية ،
ولكن من جهات النشر العربية الى بعض الأملكن من العالم الإسلامي بالنسبة

لجمهورية العربية المتحدة ولبنان فانهما الناشران الاساسيان بلجيكية
فالتصدير هو بالنسبة لهما الدعامة الاقتصادية للعمل .

لوردو ولغة البنجال :

لغات يستعملها الملايين من الناس في كل من الهند والباكستان - ومن وقت
لاخر تفرق المصاعب الدبلوماسية سبل تنمية السوق المشتركة - ولكن المقبرة
كبيرة جدا .

سواحلي :

لها المقبرة العظمى لتبادل الكتب في شرق افريقية لاي لغة افريقية سليمة .

الفارسية

تتقاسمها ايران وافغانستان وتاجيكستان وبعض اماكن الاتحاد السوفيتي
وامكانات التصدير فيما بينهم تكاد تكون كافية .

لغات اخرى

مثل : تاميل وبنجابي ، والملاوية ، وشنتو - والاندونيسية ، والروسية
والالمانية والهولندية الخ . . لها امكانات محدودة للتصدير في البلاد النامية
حيث يتقاسمونها مع جهة واحدة او جهتين ، او لكونها لغات الاقلية متخذة
لبعض المجتمعات المخصصة .

ج - عقبات سياسية :

ان حرية تدفق الكتب غالبا ما تعوقها اسباب سياسية من جهة البلد
المصدر او المستورد . ان التوايح من تجار الكتب غالبا ما يجدون وسائل
قانونية لتلاف حدة هذه المواقف ، مع عدم ذكر الوسائل غير القانونية والتي
تطبق احيانا في الاستوائية ببلد ثالث كوسيط بين المصدر والمبتدع . هي
طريقة يتكرر استعمالها في فلينان : هي وثال هي ليله يخيم بهي هذا البلد

الثالث ، حتى اذا كانت العلاقة بين بلدين عربيين لا تسمح بالتحويل للتجارة بينهما رأسا .

ج - الرقابة :

المنع عن طريق الرقابة لبعض الكتب أو بعض الكتب القصصية لأسباب سياسية أو دينية أو اخلاقية قد يكون من العوائق ، ولو أنه يشكل مشاق أكثر من كونه مجرد عائق حقيقى لتجارة التصدير بوجه عام .

د - أسس اقتصادية :

ان هذا الطراز من المشكلات يشكل اكبر الصعوبات لتجارة الكتاب العالية ، ويحوى هذا مشكلات تراخيس الاستيراد ، والصعوبات فى تخصيص العميلات الصعبة ، وفرض قيود الاستيراد ورسوم اخرى ، والفروق الناتجة من فئات التحويل والتي تؤدى رسومها الى ارتفاع أسعار البيع ، نفقات الشحن والتأمين للعملاء الاجانب ، الصعوبات فى تحصيل النقود من المدين الاجنبى ، وطول المدة غير المحتملة التى تنقضى منذ مبادرة تاجر التجزئة التقدم بطلبه وتسلمه للكتاب المطلوب .

ومع ذلك ، ورغمما عن كل هذه الصعوبات التى تحاول الدولة للبلد المصدرا أو المستورد فى تصديرها أو اقلها لأسباب متنوعة خاصة بالتعليم أو الاقتصاد ، أو السياسة أو الدعاية فان تجارة التصدير تستحق هذا العناء ، لبعض البلدان مثل : المملكة المتحدة لنشر اللغة الانجليزية ، والجمهورية العربية المتحدة للمربية ، والارجنتين والمكسيك للامبانية ، فان التصدير يشكل جزءا كبيرا من اجمالي تجارة الكتاب فيها لدرجة أن تطور نشر الكتاب بالكامل قد يكون مستحيلا بدونها ، وخصوصا للنشرين الذين لم يشاروا كثيرا عمليات تصدير فى الماضى فان النظرة لكل كتاب يباع فى الخارج تعتبر كأنها « فوق القيمة » ، ومن هنا فان الناشر أن يكون مستعدا لتحمل نفقات استثنائية مالية أو مصروفاته لانه يتعاطب القيمة الاقتصادية فان الكتاب يمثل المصافى من حاصل الجمع لحجم المبيعات ، وقد يعنيه نقضى هذا .

عمليات بيع الكتب

يمكن تقسيم عملية بيع الكتاب الى ثلاثة أجزاء كبيرة :

١ - ترويج الكتاب

وهى عملية تعريف الناس بوجود الكتاب ثم اقناعهم بشرائه . انه من المهم جدا لرواج نشر الكتاب - وعلى وجه الخصوص من الناحية التكنيكية - معالجة هذا الموضوع على حدة فى الجزء القادم .

٢ - تلقى الطلبات

وهى عملية متابعة حملة الترويج لاقتناع الناس بتقديم طلباتهم ، اذا جاءت الطلبات عن طريق البريد ، فربما كل امتدادا لمهام قسم الترويج . ولكن الطريقة الشائعة فى تلقى الطلبات تأتى عن طريق البائعين المتجولين الذين كثيرا ما يتجولون بمرض الكتب على بائنى الكتب والمدارس والمكتبات وتلقى طلباتهم ، كما انهم يقومون بحصر الكتب القديمة التى يتعامل بها بائع الكتب والسمى فى اعارتها ان أمكن .

البائع الذى يتجول على حساب الناشر قد يتقاضى مرتبا ثابتا أو عمولات على الطلبات التى يحققها . وغالبا ما تتشابه هاتان الطريقتان بمعنى أن يتقاضى البائع مرتبا صغيرا أملا فى أن يحقق الشطر الأكبر من دخله عن طريق العمولة ، وهى طريقة تسمى بـ « حساب الاستاذ » تحقق للبائع عمولة على كل ما يرد من طلبات من داخل المنطقة المخصصة لنشاطه ، سواء قام أو لم يقدم بالحضر الطلبة .

وهذه النظرية مبنية على أساس أن وجود البائع واتصالاته المجدية نيابة عن الناشر فى تعريف بائع الكتب بقوائم الكتب ، بجانب مقابته فى ترويج الكتاب عند بائنى الكتب فى المنطقة أدنى الى لرواج .

ان القسم المختص فى تلقى الطلبات قد يكون له عدد من الاقلام فى محل كبير . وهذه الاقلام الخاصة قد تخصص فى بيع الكتب المدرسية ، والمكتبات ، وفى بيع جانب كبير من انتاج الناشر (مثل كتب الطب والقانون) وفى مبيعات التصدير الخ . وغالبا ما يكون للناشر اقسام خاصة بها ، ناد للكتاب أو اشتراك فى مشروع للكتاب ، أو توزيع على نطاق واسع ، أو اتصالات كبيرة بطريق البريد .

٣ - تجهيز الطلبات وايصالها

وهذا يتطلب تغليف وشنن الكتب وعمل « فواتيرها » . وقد يترامى هذا سهلا ولكنه فى الحقيقة أضخم وظيفة فى عملية نشر الكتاب .

فاذا ما تركنا جانب العمل المكتبى الضخم فى تتبع المخطط الصحيح ، ومعرفة برسوم الشحن واقتنائه لسجلات تساعد فى تحصين قيمة الفواتير (أو اسم وعنوان العميل الذى قد يحتاج اليه فى صفقة أخرى ، حتى لو أن ثمنها سدد فوراً) فان طبيعة العمل فى التعامل بالكتاب هى فى حد ذاتها ضخمة .

ان التخزين هو منبع مستمر للمشكلات لاجل اداء خدمة ممتازة للزبائن . فانه يتعين على الناشر أن يكون لديه وفر من كل الكتب فى أى وقت من الاوقات وفى الحال . ومع ذلك فان المكان المخصص للشحن أو للتخزين دائما ما يكون محدودا ، وعلى الأخص اذا كان محل الناشر يقع فى منطقة تتميز أسعار الارض فيها بالفلاء . ويعالج الناشر هذه المشكلة بطرق شتى . احدى هذه الطرق هو أن يتفق مع الطابع على قبليه بتخزين جزء من كمية على أن يقوم بالتوريد يوميا — أن كان ضروريا — الى مخزن الناشر . والطريقة الأخرى والمعمول بها حاليا وعلى نطاق واسع فى البلاد العربية هو ايجاد مخزن للتخزين والشحن مستقل وفى بقعة رخيصة من الأرض ، وربما خارج المدينة على أن تكون وسائل النقل بالسيارات بينها وبين أماكن الشحن قريبة وسهلة .

أن التمتع الواضح في تخزين الكتب هو الضرر الذي يصيب المخزون بأضرار متعددة . إذا كان الضرر سطحياً فإن الفضاء الواسع من الفهارس يعد رخيصاً في بعض الأحيان ما دام ستيعج الفرصة لبيع الكتب مرة ثانية ، ولكن يمكن أن تكون هناك خسائر فاحشة نتيجة حدوث تلف جيد ، ويكون وجود بعض البلدان النامية في مناطق حارة حيث الحر والرطوبة وحشرات قارضة الكتب الشرهة ، وأخطار أخرى ، فانه ضرورى حماية مخازن الكتب ، رغمًا عن التكاليف لتوفير هذه الحماية .

طبعي ألا تكون هناك مشكلات بالنسبة للكتاب الذي تباع نسخه في الحال ، ولكن — كما سلف أن لاحظنا — فإن طبع الكتب لأجل طويلة قد تكون من الوجهة الاقتصادية سليمة في صناعة النشر .

ان من الوسائل التي تسبب الكتب بأضرار هي (المرتجعة) ، أي الكتب المرخص لبيعها باعانتها بعد مدة لمجيزه عن بيعها ، وفيها بعد بسطنا ملاحظتنا على سياسة الناشر بالنسبة لإباحة إعادة الكتب . يجب اتخاذ كل وسائل الوقاية كاستعمال أغشية الوثيقة من الفهارس ، وأحكام إغلاق الملفات ، على أن يكون الورق أو القماش المستعمل لهذا الغرض غير قابل لتغير لونه .

من المشكلات الكبيرة والمهقة التي تصادف تنفيذ إرسال الطلبات هي في تحديد وسائل الشحن في البلد الذي له خدمة يريدية منظمة ومتسعة وقديرة ، فإن المشكلة تنحصر فسي الوصول إلى قرار بالنسبة للاستمانة بالبريد أو (بالنسبة للطلبات الكبيرة) للشحن الأفرادى بالشبكة الحديد ، أو بوسائل النقل البرى التجارية . في الاماكن التي تفتقر إلى الخدمة البريدية المنظمة فإن على الناشر أن يستخدم لفضل وسائل النبوغ . وبدلاً من أن يتجاهل المشكلة فانه يحاول المشور على وسائل إيصال الكتب إلى المستهلك بأقل سعر وبأسرع ما يمكن ، مستغلاً في بعض الأحيان وسائل نقل المجلات والجرائد ، أو الاتفاق مع شركات الامنيوموس لنقل الركاب نظير أجر فاولون يتقاضونه بصفة استثنائية بوسيلة ما ، فانه يضمن على الناشر أن يكون بعيد النظر ومتقوفاً في إيجاد

وسائل لتحسين وسائل ارسال الكتب الذى ستؤدى على المدى الطويل الى زيادة حجم مبيعاته .

٤ - تحسين قيمة الفواتير

يكاد يكون صعبا لاي شخص فى بلد آخر ان يسدى للناشر نصيحة مفيدة تتناول كيفية تحسين قيمة الفواتير نظرا لان الكثير يتوقف على الاحوال السائدة محليا عموما وعلى اتصالاته الشخصية ، والالتزامات التى يقرها قانون العلاقات التجارية فى ذات البلد ، وعلى عوامل اخرى . - الاشارة الى الملاحظات الواردة فيما بعد بالنسبة للمبيعات الاجلة كعامل وحكمة الصبر والتريث مع العميل الجاد ذى السمعة الطيبة والمعروف أصلا للناشر بسلامة معاملاته بالنسبة للأجال الطويلة بغض النظر عن مشكلاته المالية الحالية .

من الطبيعى ان ترد الطلبات مصحوبة بشتى الظروف وفى كل بلد فمن بعض العملاء الذين يكونون محل ارتياح عند الناشر - وطلبات اخرى من بائعى الكتب والذين كانوا محل ثقة فى يوم ما الا أنه ثبت فيما بعد أن معاملتهم يجب ان تكون على اساس قاعدة الدفع عند تقديم الطلب . لو فى البلدان التى تطبق قاعدة (الدفع عند الاستلام) فى نظام البريد حيث تتاح فرصة التحليل فى الحالات غير المعروفة فيها قيمة رصيد العميل ، بالنسبة للطلبات الكبيرة المخفية فانه يمكن استعمال حوالة تسدد عن طريق المصرف ، فى بعض البلدان تطبق شركات الطيران الاهلية نظام « الدفع عند الاستلام » .

وفى هذا المقام تجب الاشارة الى البحث الوارد بالفعل رقم ١٧ والذى ريمبولسو (contrareembolso) ولكن كل هذه الطرق والتى لا يبدل لها تشكل مصروفات اضافية وعطلات بالنسبة للتأجيل المنظم لمدىونية العملاء الذين اثبتوا احتياجهم لها .

وفى هذا المقام تجب الاشارة الى البحث الوارد بالفصل رقم ١٧ والذى يتطرق الى التعامل بين الناشرين فى التحرى عن الارصدة القائمة لبائعى

الكتب ، والى الجهد المشترك المبذول ، ليس فقط لتجنب الخسائر التى يمكن ان تتحقق عن طريق الديون الميثوس منها ، بل فى مساعدة بائعى الكتب ذوى السمعة الطيبة فى ان يتمكنوا من الوقوف والصمود بالرغم من افتقارهم الى السيولة المادية المؤقتة .

العوامل المؤثرة فى البيع

بجانب تقييم الكتاب بواسطة الناس خارج اقسام البيع - كنوع الكتاب ، وسمة المؤلف ومدى وطول الموضوع من جهة الوقت ، وشكل الكتاب ، ومدى جذب الكتاب للقارئ - فانه توجد سبعة عوامل تجارية أساسية وهامة من الدرجة الاولى :

١ - سعر البيع :

لكل كتاب مشكلة تجارية فى حد ذاتها ، كما انه لا يمكن لاي من الخارجين عن هذا الحقل اسداء نصيحة مفيدة فى هذا الشأن تساعد الناشر على تحديد قاعدة الاسعار التى يجب اتباعها فى كل حالة . فى بعض الاحيان اذا بيع الكتاب بسعر ١٠٠ ملجم فقد لا يحقق عدد النسخ المبينة رقما اكبر مما اذا بيع نفس الكتاب بسعر ٥٠٠ ملجم ، فى حين انه يمكن مضاعفة عدد النسخ المبينة لبعض الكتب اذا خفض سعره من ٢٥٠ الى ١٥٠ مليما للنسخة .

ان هناك عنصرا يحدد قرار الناشر فيما اذا كان تخفيض سعر البيع سيؤدى فى تقديره الى زيادة حجم البيع عن الحد الواجب بالنسبة للملاء المقترين ، قد تكون كراسة هنسة ضرورية وهامة جدا كاداة تخصصية رغم المعيل على اقتنائها باى سعر . ومن الناحية الاخرى فان « القصة » لا تعد اداة ضرورية مع استثناء (طلبة الاداب) وقد يكون هناك تفاوت كبير بين بيعها باسعار رخيصة او غالية .

وعادة هناك فكرة فى اذهان الناشرين بالنسبة للعلاقة بين سعر البيع وسعر الكلفة - وفى بعض البلدان وبالنسبة لبعض الكتب يطبق سعر

البيع على أساس ستة أضعاف ثمن الكلفة - وفي بلدان أخرى وبالنسبة لفئات أخرى من الكتب يطبق سعر البيع على أساس ثلاثة أو ثلاثة أضعاف ونصف ضعف ثمن الكلفة ، وعلى أية حال فلا يمكن اعتبار البيع منفصلا عن عدة عوامل أخرى أهمها عامل ثمن الكلفة ، ولو أنه ليس بالعامل الوحيد الواجب اعتباره .

إن طريقة التسويق قد تحد من ارتفاع السعر إلى الحد الأقصى . وعلى سبيل المثال فإنه من البلاءة طرح بيع الكتب بطريقة توسعية وبسعر مرتفع للغاية ، ولكن إذا اتحد المصمم والمنتج بذكائهما إلى حسن ادراك البائع فإنه في الامكان تحويل نسخ قليلة من كتب يباع بسعر مرتفع إلى طريقة مناسبة للتوزيع على نطاق واسع وبسعر رخيص ، مع الاستعانة بالقواعد الذي عالجها الفصل رقم ٢ .

علاقة السعر بالخصم :

إن سعر البيع متصل أيضا بمسألة الخصم المنوه عنه فيما يلي تحت الفصل رقم ٢ ، ومن وجهة نظر بائع الكتب فإنه يربح ٥٠ مليما من كتاب سعره ٢٥٠ مليما على أساس نسبة ٢٠ في المائة خصم يتمتع بها ، في حين أنه إذا بيع نفس هذا الكتاب بسعر ١٠٠ مليم ومنح خصم يصل إلى ٤٠ في المائة من سعره فإنه سيربح ٤٠ مليما فقط . أما إذا نظرنا لهذه المسألة نظرة عكسية فلا بد للناشر ، ولغرض ارضاء بائعي الكتب ، من رفع سعر الكتاب إذا ما قرر منحهم خصما .

الركود

لا يزال عامل آخر متصل بسياسة تحديد سعر البيع ، وهو احتمال بين النسخ ، أو على أسوأ الفروض أن يعجز الناشر عن بيع العديد من النسخ - وكما لاحظنا في الفصل الثالث فإن في امكان الناشر أن يتوقع سلفا حالة الركود ، وبالتالي مصروفات الانتاج ، وهي عوامل لها تأثير كبير في قرار تحديد سعر البيع .

السعر المنخفض والأرباح المجزية

ومع ان شجاعة الناشر تظهر بطريقة سليمة ومفيدة من خلال قراره في تحديد سعر منخفض للكتاب آملا في اقبال واسع من القراء يؤدي الى تحقيق اجمالي الأرباح ، ومع ذلك فانه من الحكمة تطبيق هذه النظرية على كل نسخة متجاهلا في ذلك الاسس السلبية الأخرى ، او التي يمكن جعلها مقبولة ، ولكن اذا أمكن تصريف الأمور الأخرى بالطرق السلبية — وخاصة طريقة التسويق — فان الناشر سيكون قصير النظر اذا ما تمسك بالطريقة التقليدية القديمة من توزيع نسخ قليلة وبأسعار مرتفعة آملا في ذلك ازدهار وتوسع تجارته . ان كليهما — حسابه المصرفي وشعوره بخدمة وطنه — سيحققان منفعة من خلال التطبيق السليم لسياسة الاسعار المنخفضة .

تهديد السعر

ان بحث تحديد الأسعار لابد له ان ينتهي بتحديد السعر ، وهو في النهاية خلاصة جهود الناشر في أرقام تاجر التجزئة على البيع للعميل الفردي بالسعر الذي يحدده لا أكثر ولا أقل .

وعلى وجه الخصوص ، وفي الأماكن القصية ، فانه من الصعب الحصول على الكتب اللازمة (مثل الكتب المدرسية) حيث المعروف عن بائعي الكتب قيامهم باخفاء المخزون لديهم ثم عرضهم للبيع نسخة فنسخة وبسعر أعلى بكثير عن السعر المحدد . او يقابل هذا ما يقوم به بائعو الكتب في المدن الكبرى من تخفيض السعر لمشارية منافسيهم في ذلك .

ان الاقتصاديين يختلفون في الرأي بالنسبة للطريقة الأخيرة في تخفيض الأسعار ، وقد يكون هذا الخلاف قائما بين تجار الكتب انفسهم حول ما اذا كانت هذه الطريقة سليمة — ولكن الكل متفق على ان رفع الأسعار ضار بتجار الكتب ، ويعد بالتأكيد مهزلة عند ارغام الطفل على اخذ كتاب معين لتقنيه .

توجد هناك قوانين في بعض البلدان تمنع تخفيض الأسعار ؛ ومن المريب
الا تكون هناك قواعد قانونية تمنع ارتفاعها ، إنه في امكان الناشر ان يسمه
في منع زيادة السعر عن طريق :

أ - وسائل الدعاية المتعددة في التثويه بالسعر ، وكذلك في طبع السعر على
كل نسخة -

ب - ضمان توريد الكتب وبكميات متساوية لكل منطقة لتفادي أى نقص
حقيقى - على أن هذه الطريقة قد لا تمنع بعض المستقلين والمتأخرين من بائى
الكتب وفي أى مجتمع من اختلاق أزمة مفتعلة في عدم توافر الكتب -

ج - منح بائى الكتب خصما اضافيا يساعدهم على تحقيق أرباح مجزية ،
ولذلك عند بيعهم للكتب بأسعارها المحددة -

د - أن يمنع في المستقبل بيع الكتب للتجار الذين يرفعون الأسعار ، وهذا
كاجراء عقابى لهم .

هـ - في أسوأ الحالات حيث يمارس جميع الموجودين من تجار الكتب في
أى مجتمع سياسة رفع الأسعار ، المساعدة وتشجيع قيام محلات البيع
بالتجزئة والتي ستعامل العملاء معاملة حسنة .

٢ - الخصم :

ان أرباح بائع الكتب مصدرها الفرق بين سعر شرائه للكتب من الناشر
وما يدفعه عميل التجزئة في محل بيع الكتب -

فالذا كان كطلب محدد سعر يبيعه على أساس ٣٠٠ مليم وقابل للخصم
بنسبة ٣٣١/٢٪ في الملة فله في هذه الحالة يدفع تاجر التجزئة للناشر
٢٠٠ مليم للكتاب ويبقى له ١٠٠ مليم لتغطية المصروفات وتحقيق الربح .

ان نظام الخصم هو ما يتيح الفرصة للناشر في توزيع اكبر قدر من الكتب
واكثر بكثير عما قد يحققه نتيجة اجتهد شخصى - ان الخصم في حد ذاته

يفرّى حتى رجال الأعمال الآخرين ، على مساعدة الناشر في بيع ما ينتجه
من الكتب لأجل كسب شخصي .

إن الخصم على العموم يميل إلى الارتقاع في البلاد التي فيها صناعة الكتاب
متقدمة ، وذلك مرجعه إلى ميلنا أكثر الناشرين خبرة من شعور بأن
الفرصة مواتية نحو دفع الغر إلى مساعدتهم لتصرف الكتاب في البلاد
المتقدمة وفي بعض الأحيان فإن الناشرين يفكرون أولا في بيع كل ما لديهم من
كتب بمبرغتهم لتوفير قيمة الخصم ، وعندما تكون الفرصة مواتية لتوسيع
الأسواق ، فانهم وعلى كل حال يرون من خلال وضوح الرؤية أن الاستفادة
بكل طرق العرض والأماكن الأخرى بجانب مجلاتهم الخاصة تحقق أكبر
فائدة .

وحتى تكون فائدة الناشر مؤكدة من خلال اقتنائه لتجارة ناجحة في بيع
الكتاب بالتجزئة في أنحاء البلاد فانه يمكن القول بأنه في بعض الأحيان ينتاب
الناشر شعور بأن تجارة بيع الكتاب في المنطقة الممنوحة هي ملك لتجارة التجزئة
في ذات المنطقة .

وعليه فاذا ما جاءت الناشر طلبية ٥٠٠ نسخة مرسلة إليه
رأسا من أحد المعاهد فإن في مقدوره تحويلها إلى تلجر تجزئة في المنطقة
ذاتها . وعلى هذا فانه يخسر جزءا من الربح من هذه العملية (وذلك لمنح
الخصم لبيع الكتب) . ولكنه بذلك يحقق منفعة لتجارة الكتب وعلى الأمد
الطويل ، ولا شك أنه في حاجة إلى صديق المبر في شخص يبيع الكتب الذي
ادهشه وصول هذه الصفقة إليه .

وبجانب الخصم الذي يمنحه الناشر لتجار التجزئة فانه يسمح كذلك بأجراء
خصم أكبر لتاجر الجملة والذي يوزع بدوره الكتاب على تاجر التجزئة ، وحتى
يسدد مبروغاته ، وكذلك تحقيق ربح يتعين على تلجر الجملة المتبع بخصم
أكبر مما يسمح به هو لبيع الكتب .

كما أن الناشرين يجرون تخفيض لفئة من المشتريين (المكتبات - رجال التعليم المدارس) ، ولأى مشتري يرغب في شراء عدد كبير من الكتب دفعة واحدة .

يوجد في العالم موازين مختلفة تتناول مسألة الخصم ، كما تختلف فئات الخصم ، ليس فقط من بلد لآخر ، بل وبين الناشرين أنفسهم وفي نفس البلد . كما أنها كذلك عرضة للتغيير من وقت لآخر ، كذلك فئاته في بعض البلدان يوجد أحيانا بين الناشرين تقاهم مخالف للمعرف أو حتى اتفاق قاتوني يحددون بموجبه فئات الخصم المسموح بها .

وحتى في بلد واحد كالولايات المتحدة الأمريكية فإن القانون يحرم مثل هذا الاتفاق على أساس حماية بآئى الكتب من مناورات الناشرين لرفع الأسعار .

يحاول اغلب الناشرين ، عند اجراء الخصم المقرر ، التفرقة بين انواع الكتب (كالكتب الدراسية مثلا) فلا يوجد داع لتشجيع أو مكافأة بآئهميا وهى عرضة للتوزيع الموسمى المنظم ، وبين الكتب الاقل رواجاً والتي تشكل مخاطرة لباقي الكتب . وبالنسبة لهذه الكتب التي تمثل مخاطرة ، كالقصص مثلا ، فربما حققت نجاحا في البيع لو أنها وزعت وعرضت عموما بواسطة .

إن الخصم الكلى على النوع الآخر من الكتب - وهذا يتوقف على البلد - يتراوح بين ٢٥ في المئة و ٤٠ في المئة على الطلبات الصغيرة ويرتفع الى ٤٨ في المئة أو حتى أكثر من هذا على الطلبات الكبيرة ، ولكن الخصم القليل على الكتب يتناول مثلا (الكتب المدرسية) حيث لا يتعدى الخصم ٢٠ في المئة أو ٢٥ في المائة لتجارة التجزئة ، بغض النظر عن حجم « الطلبة » ويمكن منح تجر الجيلة ٥ في المئة أو أكثر علاوة على الخصم الممنوح لتاجر التجزئة . توجد هناك فئة من الناشرين لا يلتزمون بتطبيق قاعدة خاصة عند اجراء الخصم بالنسبة لتاجر الجيلة والتجزئة الذين يتقدمون بطلبات كبيرة على أساس أن مثل هذه الطلبات لا يتقدم بها عادة الا تاجر الجيلة .

وقد يمنح الناشر خصما اضافيا على المبيعات المصدرة لتجار التجزئة فى بلد آخر ، بالإضافة الى عمولة تدفع لوكلاء التصدير .

اما بالنسبة لمبيعات الناشر المباشرة للأفراد أو المعاهد فقد تخضع لخصم مقداره ١٠ فى المائة أو حتى ١٥ فى المائة لرجال التعليم والمكتبات ويطلق عليها (خصم ثقافى) — وقد يكون هناك فئلت خلسة أخرى ، وكثيرا ما تكون جداول الخصم لبعض الناشرين فى غاية التعقيد حيث لا تكفى صفحتان أو ثلاث لطباعتها . ومهما تكن الحال فان هذا التعقيد غير محبوب ولا ننصح به .

يوجد العديد من المسائل الخاصة التى يجب على كل ناشر التفكير فيها عند تحديد جداول الخصم ، وأهم هذه المسائل هى :

١ — خصم كلف يفرى بائع الكتب ومخر جدا فيما يتعلق بالكتاب الذى لا يلقى حركة بيع منتظمة عن مثيله الذى يباع بكل سهولة .

ب — عدم التفرقة فى المعاملة العادلة بين بائعين من تجار الكتب اللذين يفرضان حقل المضاربة بالسمر — والذى يرغب الناشر فى الاحتفاظ بصداقة كليهما .

٢ — البيع بالأجل

بالإضافة الى أسعار البيع والخصم السابق شرحهما يوجد هناك عامل هام مؤثر فى حركة البيع بالأجل . وهو سؤال يطرح نفسه ويتسائل عن طول المدة التى يسمح بها الناشر للبائعين ، مثل تجار التجزئة والجملة ليقوموا بعد انقضائها بسداد قيمة الكتب السابق توريدها لهم .

ان البيع بالأجل له حسناته ، سواء للناشر أو لتاجر الكتب — فانه ينشط حركة البيع للأساليب الآتية :

١ — يسمح لتاجر الكتب ذى رأس المال البسيط ، أو الذى لديه نقص فى السيولة بطلب الكتب على أمل بيعها وتحصيل قيمتها قبل مبلخرته بسداد استحقاقات الناشر .

ب - يساعد بائع الكتب الذى يكون مقره بعيدا حيث يستغرق وصول الكتب اليه اسابيع بل شهورا من تقييد راس ماله .

ج - تشجيع تجار الكتب على الاحتفاظ برصيد طيب من الكتب حتى لوادى هذا الى الانتظار طويلا ليبيعها الى الطالبين - وعلى هذا الاساس الاخير فكثيرا ما يسمح الناشر بمنح خصم اضافى على الطلبات المشككة كـرصيد كما يسمح بوقت اضافى بالنسبة لسداد ما يباع بالاجل .

تنظم حسابات الناشر بالنسبة للبيع بالاجل مع مرور الوقت ، وهذا الحساب يؤخذ فى الاعتبار الكلى عند تقدير قيمة الكلفة فى اثناء تحديد اسعار البيع - هناك ثلاثة ابواب للصرف مترابطة :

- ١ - عائد راس المال المقيد خلال انتظار الناشر تحصيل « فواتيره » .
- ب - الخسائر الحقيقية الناتجة عن عدم تحصيل الديون .

ج - قيمة النفقات الادارية الناتجة عن السماح بتأخير سداد المستحقات - ولكن قد يكون سعر البيع مجزيا فى حالة ما اذا كان نظام البيع بالاجل سليما .

وتختلف الشروط كلية فى مختلف البلدان ، وفى بعض الجهات فان نظام البيع بالاجل يشكل خطورة بالغة فى الوقت الحاضر عندما تتطور تجارة الكتب وتصبح اكثر ممارسة ، وبالتالي يدرك بائعو الكتب خسائرهم اذا ما اساموا استغلال ثقة الناشر .

ان نظام البيع بالاجل يصبح مقبولا - وتأتى الخطورة الاخيرة - وكما هو حاصل فى البلاد الغربية عندما يتعاون الناشر فى الحقل متمسكين بالخطوط المقترحة بالفصل رقم ١٧ .

٤ - مزايا المتجسصات

الكتب التى يشتريها البائع من الناشر تمثل نسبة ضخمة فى استثمارات بائع الكتب ، ولكنها ربما ظلت بدون بيع ، وربما انخفض رصيده موزع

الكتب في البنك مما قد يشمره بأن هذا الاستثمار المثل في المخزون من الكتب القديمة يمنعه من استغلال هذه الاموال في كتب جديدة .

ولذلك يقمى الموزع احيانا أن يتمكن من ارجاع بعض هذه الكتب الى الناشر .

ومن وجهة نظر الناشر فانه يقمى ايضا أن تصبح جميع الكتب المبعة قد بيعت نهائيا وأنه ليس هناك اى مردودات منها اطلاقا .

وفى معظم دور صناعة الكتاب يجرى دائما نوع من الموازنة بين مركزى كل من الناشر والموزع .

واحيانا تتحدد قيمة المرتجعات التى يردها الموزع للناشر بنسبة مئوية فى نهاية العام .

ولا ننصح باتباع الطريقة التى لا تحدد بوضوح حدود هذه المرتجعات ، سواء بالزيادة أو بالنقص لأنها تنشئ مشكلات معقدة للناشر . وتشكل هذه الصعوبات اكبر المتاعب بالنسبة للكتاب الجديد اذا تصور الموزع أن بإمكانه رد اى عدد من النسخ لم يتمكن من بيعها نتيجة تهوره عند طلبها . كما انه سيحصل نفقات نقلها واعادتها فى كلتا الحالتين .

واذا تعدد موزعو الكتب الذين يسمحون للكتاب بتيعة ذلك التصرف فان الناشر قد يظن أن جميع النسخ قد بيعت ، وربما أمر باعادة الطبع ثم يفاجأ بعد أسابيع تالية بهذه المرتجعات تنهال عليه بعد أن يكون قد صرف أمواله فى تلك الطبعة .

وتشكل عملية المرتجعات خطرا فى الانتاج الواسع للكتب ، اذ تصل احيانا نسبتها الى ٥٠ فى المائة فى بعض الكتب .

وهناك نوع من المرتجعات التى تعتبر قبول الناشر لها منطقيا ، وهى مرتجعات الكتب الدراسية التى كانت مقررة ، واستبدلت بغيرها من

الطبعات المنتجة او المعدلة . كما ان معظم الناشرين يقبلون ارتجاع الكتب الزائدة التي سبق طلبها خصيصا للعرض في امكن العرض العامة .

٥ - ترويج الكتاب

هذه الناشر من حملة ترويج الكتاب وتشجيعها مع ثقة البائع في نجاح هذه الحملة بقدر الامكان تلعب دورا هاما في تحديد طلبات الموزع من هذه الكتب .

والدعاية للكتاب من ادق العوامل التي تؤثر في المبيعات عن طريق الناشر المباشر او بطريق تأثيرها في بائعي الكتب انفسهم .

وقد نوقش هذا الموضوع في الفصل التالي .

٦ - الخدمة

كذلك تلعب الثقة التي يرتكن اليها البائع في الخدمات التي يؤديها الناشر دورا هاما . والمقصود بالخدمات هي دقة تنفيذ طلبات البائع والعرض على تغليفها عند تصديرها من اجل لتلقاها ، وتفايد الوقوع في اخطاء عند قيد « الفواتير » او بوالص الشحن ، ومدى الاستجابة لاضطرار البائع اولا فأولا بالكتب الجديدة التي تصدر ، وتقدير الناشر للموزع في توصيل اعلانه بجدية ، وبصفة عامة ما يشعر به البائع من مدى تجاوب الناشر معه في تفهم مشكلاته وتقدير ظروفها واحسانه برغبة الناشر في خدمته قلبيا .

٧ - التوقيت

وضع جدول زمني للكتاب له اثره في البيع ، فاذا كان انتاج الكتاب سيستغرق سنة كاملة فيجب ان يؤخذ في الاعتبار حسب الوقت اللازم لاجراج الطبعات المستخدمة في الحملات الاعلانية للكتاب ، وكذلك يجب مراعاة العوامل الاخرى المتعلقة بالانتاج حتى يتحدد تاريخ نشر الكتاب . ويرتبط ذلك بعملون اقسام الانتاج والبيع التي نناقشها فيما يلي .

التعاون مع الأقسام الأخرى

قسم المبيعات الناجح هو الذى يتعاون بتقارب تام مع جميع الأقسام الأخرى بدار النشر . والعاملون بهذا القسم يجدون مصالحهم مترابطة مع أعمال الآخرين ببقاى الأقسام ويجب أن يعملوا ملتصقين بهم كما يتضح ذلك من الأمثلة التالية .

التحرير

إذا لم يقم المسئولون عن أعمال التحرير بإنجاز كتب تلقى تجاوبا مع الجمهور فإن مهمة رجل البيع تصبح صعبة لتوزيعها .

وفى حقل الكتب الدراسية فإن الاتصال المستمر بين رجال البيع ووزارات التربية والتعليم يكون لديهم فكرة عن نوع الكتب المطلوبة .

وعلى مر السنين أصبحت الكتب الدراسية تحمل التطوير الذى ينقله إليها رجال البيع فى دور النشر .

وفى الواقع يعتبر رجل البيع هو المحرك لأعمال التحرير حيث يلمس التغيير فى المناهج وطرق التدريس الجديدة ويساعد على فتح آفاق فى الجديد من كتب التدريس .

والمحروون المتلاء هم الذين يستجيبون لآراء رجال البيع ، وكذلك يقيدون رجال البيع بأفكارهم ومحتويات كتبهم حيث يسهلون لهم مهمة تعريف المشترين بمحتوياتها وهكذا .

وفى دور النشر الصغيرة يسهل تبادل الآراء والعناية بها يقيد منها ، أما فى الدور الكبيرة فيجب أن تتخذ الخطوات لإيجاد هذا الترابط وتبادل الآراء خاصة ، وأن معظم رجال البيع يسلفون بعيدا وأحيانا للخارج ، وقد يبقون فترات بعيدين عن دار النشر .

وأحدى وسائل تبادل الآراء هى عقد « ندوات بيومية » حيث يتم عقدها مرتين أو أكثر خلال السنة وتستغرق عدة أيام كل مرة — وحيث يستعدى

جميع البائعين من مراكزهم وحتى الذين يرحلون ينظم ذلك خلال فترة وجودهم بالوطن .

وفي هذه الاجتماعات يقوم رجال التحرير بعرض الجديد من محتويات كتبهم على رجال البيع . ويشرحون اهداف مكتبهم وطبيعتها ونوع القراء الذين يستجيبون لهذه الكتب . وكذلك يوضحون الفرص المواتية للبيع وما تحويه حملات ترويج الكتاب عن واقع المخطوطات التي يطمعون عليها .

ويحاول رجال التحرير اجتذاب تعصب رجال البيع ويصبحون هم بائعين لانكارهم من محتويات الكتب لرجال البيع .

التصميم والإخراج

أشرنا في الفصلين السابقين الى مصلحة قسم المبيعات في العمل الذي يؤديه كل من المصمم والصانع .

والمظهر العام للكتاب هو من أهم عناصر ترويجه، وكذلك سعر البيع الناشء من كلفة الإنتاج أكثر من ذلك أهمية .

ولذلك فإن مواهب كل من المصمم والطابع تنشئان عنصرا هاما ملموسا من أهم العناصر الاقتصادية التي تعاون البائع على توزيع الكتاب .

والعكس فإن المصمم والصانع يرتكبان على ما يدلى به قسم المبيعات من معلومات لإمكان إخراج أفكارهما .

ولهذا فإن مصلحة المتعاملين مع قسم المبيعات ليست فقط في الحصول على الأيراد الذي يحققه ولكنها أيضا لازمة للمصمم والطابع .

وكما سبق أن اقترحنا فإن عمليات الطباعة إذا لم يتوصل قسم المبيعات الى طريقة خيالية لتوسيع الأسواق وتوزيع أكبر عدد من نسخ الكتب ، فإنه يكون مستحيلا من الناحية الاقتصادية استخدام مشروعات المصمم في الطباعة .

واخيرا فان اهم النقاط التى تهتم مصالح رجال البيع ومنتجى الكتب هي الجدول الزمني للانتاج .

فالكتاب الدراسى الذى لزم لبدء العام الدراسى ، اذا تأخر انتاجه فقد القوة الكافية فى تجارته اذا تم انتاجه بعد ابتداء الدراسة . وكذلك اذا كان الكتاب من التراجم عن حياة احد السياسيين المرشحين للانتخابات اذا تأخر اصداره فقد قيمته البيعية خاصة اذا سقط المرشح فى الانتخابات وغير ذلك كثير من الامثلة التى يمكن سردها .

والتوقيت عنصر ضرورى ، ليس فقط بالنسبة لتاريخ النشر ، ولكنه ايضا ضرورى لكى يحصل كل من قسمى المبيعات والدعاية على الوقت الكافى قبل صدور الكتاب للحصول على طلبات الشراء وما يستدعى ذلك من اجراءات خاصة باستصدار اوامر صرف من المخازن وطبع التشرات واعداد برامج الاعلان بالاذاعة وكل ما تتطلبه وسائل الاعلان عن الكتب الجديد .

والتوقيت بالنسبة لاعادة الطبع كذلك ضرورى من وجهة نظر الكتاب المربح فكما هو الشأن فى طباعة النسخة الاصلية . فاذا كانت حملة الدعاية ناجحة فان الكتاب ينشط توزيعه ويباع بكميات ضخمة ، واذا تأخر طبع الكتاب عن الموعد المحدد فان مجرد كلمة واحدة للدعاية تصبح ذات اثر سئء اذا لم تتحقق الكلمات التى قبلت ولم يتمكن الموزع من تحقيق طلبات الشراء ويخيب امل كل من عمل على انتاجه .

ترويج الكتاب

فى معظم دور النشر يمالج هذا العمل كجزء من اعمال قسم المبيعات ويكون مدير ادارة الاعلان تحت رياسة مدير قسم المبيعات .

وفى الحالات التى يكون فيها قسم الاعلان مستقلا فمن الضرورى أن يكون العاملون بهذا القسم من اكثر الناس ارتباطا والتصالا بالعاملين بقسم المبيعات - وسنتناول العلاقة بين القسمين فى الفصل التالى .

المحاسبة

قسم الحسابات يهتم دائما بقسم المبيعات لأن رجاله هم المنتجون لليراد الذى يغطى المصروفات ، ويعتمد رجال البيع على قسم الحسابات الذى يوافيه من السجلات بالبيانات التى ترشددهم ، الى تحصيل الفهمات ولتنظيم حملاتهم البيعية .

بحث الأسواق من واقع سجلات المبيعات

يمكن لقسم الحسابات ان ينقلب الى مركز مخابرات بالنسبة لرجال البيع . ففى امكانه بجانب اعطائه اجمالى المبيعات او المصروفات - الخ عن كل كتاب ، الادلاء ايضا ببيانات عن انتشار الكتب فى بعض المناطق ، اوفاعلية رجال البيع الاقليميين ومدى توسع او انكماش نشاط بعض موزعى القطاعى ... الخ .

وبالنسبة لبعض دور النشر الكبيرة أصبح من الميسور استخدام المعدات الالكترونية فى بعض البلاد - سواء لفرض الاسراع فى تلبية الطلبات او لاغراض أخرى منها نقطة تهمنا هنا وهى دراسة الأسواق واعطاء البيانات اللازمة للاستخدام مستقبلا .

ومعظم الناشرين فى البلاد الفامية لا يعتبر استخدام المعدات الالكترونية اقتصاديا بالنسبة لهم فى المستقبل القريب حيث ما زالت تقوم الاعمال يدويا او بواسطة معدات غير متطورة تقوم بخدمة البائعين والمحررين باعطائهم البيانات اللازمة للتخطيط للمستقبل .

والمشكلة اكبر من أن تمالج هنا ، ولكن يمكن الاستفادة من العمل اليدوى مبسطة بطريقة منتجة بدلا من الانتظار لاستخدام الآلات الالكترونية .

فمثلا صورة اضافية بالكربون من كل فاتورة يمكن تسليمها لقسم المبيعات لاستخدامها بطريقة ما . ويمكن استخراج ما يلزم يدويا ولاغراض جغرافية ، او للمواد ، او لاثواع المبيعات ... الخ .

كما أنه قد يكون من المفيد أن يستخدم قسم المبيعات المبادئ المعروفة في دراسة الأسواق وتقدير حجم الأعمال . فإذا افترضنا أن ناشرًا من ماليزيا حاول إنتاج كتاب عن الرياح الموسمية ورغب المؤلف استخدام خبراء في الطقس وعلماء آخرين ولكن عندما يتعرض الكتاب عن الحقائق المدمرة التي تسببها الرياح الموسمية فإن قسم المبيعات من الواجب عليه أن يسجل في نسخ الطلبات أن شركات التأمين والحامين الذي يتناولون قضايا أضرار الرياح الموسمية ويقومون دعاوى ضد شركات التأمين يظهرون ترحيبًا بموضوع الكتاب .

وعلى ذلك فيمكن أن تكون حملة الدعاية موجهة مباشرة بالبريد لهؤلاء الحامين وهذه الشركات .

وبهذه الطريقة يصبح هذا العمل لصالح النشاط ربما لوقت ليس قصيرًا ولكنه يعاون الناشر أملاً في الربح . والدراسة الدقيقة للطلبات قد تدفع الناشر لفكرة جيدة تكون سبباً في مبيعات إضافية .

العمل الجماعي في دار النشر

من السهل أن يعمل جميع الموظفين بدار نشر صغيرة كفريق واحد ولكن في دار النشر الناجحة تتسع الأقسام وتتعدد وتستقل عندما تخرج للوجود ، مما يجعل الترابط صعباً وفي نفس الوقت يصبح من أهم الأمور إيجاد هذه الصلات بين الأقسام .

ويعتني قسم المبيعات أكثر من غيره عندما تتسع رقعة هذه الصلات أو ينعدم روح التعاون للمصلحة العامة .

والخطر الأكبر الذي يتطرق لأذهننا يدور حول قسم المبيعات ، ومن ثم عدم قدرته على التعاون مع الآخرين ، ولكن الخطأ أن ننظر لعمله كأهم قسم باعتباره الذي يجلب المال للمنشأة .

وهذا صحيح باعتبار أن باقى الأقسام لا يمكنها الاستمرار بدون المبيعات، ولكن يجب أن يدرك رجال المبيعات أدراكا كاملا وسلامة المشروع ، أن باقى الأقسام يجب أن تعمل متناسقة معا ك فريق واحد .

ولذلك فمن الأمور الضرورية جدا أن يتعاون الجميع بروح صداقة حتى تتكاتف جميع الأقسام لاتجاح دار النشر ، والا فلا مناص من كارثة تحيق بها .

الفصل السابع

الترويج للكتاب : تحضير الناس على شراء الكتاب

ان لفظ ترويج يتضمن كل الوسائل التى يستعملها الناشر لى بنىء العالم أن كتابا ما موجود ، ويجعل الناس يريدون شراءه .

والترويج هو ميدان نشر الكتب ، الذى يأتى فيه الفكر التخيل والتيقظ والفراهة بأسرع وأكبر المكافآت .

ان المحرر قد يحتاج الى سنوات قد تطول وقطول لى ينشئ مخطوطا انبثق من فكرة خلاقة من لحنه ، ولكن رجل ترويج الكتب قد يرى فى أسابيع معدودة ، بل فى أيام معدودات ، النتائج السارة البارة لفكرة جديدة ابتدعها عن طريقة اعلان كتاب للجمهور .

والترويج من نوع ما . ليا كان ، هو التزام على الناشر حيال أى كتاب يصدره ، فاذا تقاعس عن اتخاذ خطوات قوية لاطلام الناس بالكتاب ، ولمساعدة القراء المناسبين لذلك النوع من الكتاب على أن يفهموا لماذا ينبغي لهم شراؤه ، فما هو الفرق عندئذ اذا كان المؤلف قد قام بنشر الكتاب بنفسه ؟

والحاجات المطلوبة لترويج أى كتاب على حدة ، تختلف عن حاجات ترويج أى كتاب آخر .

وليس فى وسع احد أن يقول ، بصفة عامة ، ما هو بالضبط ذلك المزيج من طرق الترويج الذى ينبغي استعماله لكل الكتب .

ان ميزانية الترويج نادرا ما تكون قلادة على أن تشمل كل الأشياء التي في
الوسع عملها ، بل وحتى بالمقدار اللازم لكل بند من البنود المختارة وفقا
للأمد التي يتوق إليها المرء .

لزام على مدير الترويج أن يقرر ، بالنسبة لكل كتاب ، كيفية استخدام المال
الموجود المخصص للترويج على أحسن نحو متاح .

وبهذه المناسبة ، فمن المعتاد تخصيص ميزانية للترويج الأولى (حوالي ١٠
في المائة من دخل البيع المتوقع من الطبعة الأولى) والا ينفق أكثر من ذلك
حتى يتثبت بالبيئة أن الكتاب قد « غمزت .سنارته » وأن مبيعاته سوف
تتجاوز الطبعة الأولى .

وسوف نصف في هذا الفصل عددا من أنواع الترويج التي يستعملها
ناشروا الكتب في أغلب الأحيان في مختلف الدول .

وكل نوع من هذه الأنواع أو الطرق قد تكون نافعة بالنسبة لكتب معين .
والبعض الآخر ، وإن كانت قيمة لبعض أنواع الكتاب ، إلا أنها عديمة
الجدوى على الإطلاق لغيرها .

ومهما يكن من أمر فثمة ستة بنود للترويج ، من المرجح أن كل ناشر خليق
بان يستعملها لكل كتاب :

- ١ - الرداء أو الغلاف المطبوع للكتاب ذاته .
- ٢ - نسخ التقرير للصحف والمجلات .
- ٣ - نسخ التقديم لأفراد مختارين .
- ٤ - إخطار وإبلاغ أصحاب مهنة الكتب .
- ٥ - اتصالات قسم البيع بالمكتبات والمدارس ، الخ .
- ٦ - الإعلان المطبوع ، على أي نحو .

وسوف نتناول بالتعليق والشرح هذه الطرق الخاصة بالترويج وغيرها •
ولكن القارئ ، خليك بأن يفكر ، لا ريب ، فى إمكانات أخرى تناسب بلده بصفة
خاصة ، أو نوع النشر الذى يتخذ سبيله .

١ — الرداء أو الغلاف المطبوع

ان رداء الكتاب أو غلافه المطبوع ، قد لا يكون أكثر من لائت « لاصطياد
العين » • ولكن اذا تم اصطياد شغف الزبون ولفت اهتمامه ، فهو يريد أن يعرف
أكثر عن ماهية الكتاب ، ومن هو مؤلفه ، ورأى جهازة النقد فيه ، الخ .

ان اعطاء هذا الضرب من المعلومات هو الذى يجعل صياغة كلمات
الغلاف (« الغشاء » كما يسمى فى الولايات المتحدة الامريكية) ذات اسهام
هام فى بيع الكتاب •

وكان ثمة زمن ، لا يزال بعض الناس يخشون أنه لم يذهب تماما الى غير
رجعة ، عندما كان بعض الناشرين يحسبون أن من السداد وضع عبارات
متطرفة على « الغشاء » ، مستعملين الصفات الفاقعة اللون والتهويل البارزة ،
ومغالين فى خلق النعوت والسجاياء الى أقصى درجات الاسراف ، على الكتاب
ومؤلفه .

وبصفة عالية ، فان العبارات البسيطة الامينة الصحيحة المسئولة هى
أحسن وخير ما يتبع فى غشاء الكتاب .

ويمكن أن يقال نفس الشيء بصفة عامة بالقياس الى الرسوم والنقوش
الفنية • فعلى الرغم من أن الغرض هو جذب الانتباه للكتاب ، إلا أن ذلك لن ينال
بالضرورة باستعمال حروف كتلية كبيرة دارجة مبتذلة أو ألوان زاهية
مبهرة للبصر .

ان الرسم الفنى ينبغي أن يثير احياء امينا بنوع الكتاب ، تلبا مثلما ينبغي
أن يصفه ما على الغشاء بألمقة فى كليات تتسم بطبع ما قل ودل .

٢ - نسخ التقرير

ان الاستعمال الحكيم لنسخ التقرير خليق بان يكون واحدا من أحسن وأرخص ضروب الترويج .

ويمكن ارسال نسخ التقرير للصحف والمجلات ، وكتاب أعمدة الصحف (اذا كانوا يعلقون على الكتب بانتظام ، او اذا كان لديهم اهتمام بموضوع الكتاب) ، والى أصحاب برامج استعراض للكتب فى الاذاعة والتلفزيون .

على أن قائمة من يتسلمون النسخ ينبغي ان تعد طبعا بكل دقة مقدما، مع الاستعانة بمعلومات ، ليس فقط قسم البيع ، ولكن أيضا (بالنسبة لزوايا خاصة متعلقة بالكتاب نفسه) قسم التحرير والمؤلف ذاته .

ثم تحفظ القائمة ، ويعد طبع الكتاب بفترة قليلة ، تراجع للتثبت من المصادر التى تنشر تقريرا للكتب فعلا .

وليس من المتوقع أن نجد فاحصا أو مراجعا أو مقررا ينشر تعليقا على كل كتاب يلقاه ، ولكن اذا أرسل اليه كتاب بعد كتاب على نحو موصول دون أن ينشر أى تقرير أو نقد ، فلا جناح من حذف اسمه من القائمة للمستقبل .

ومن ضروب التعاون بين الناشرين المذكورة فى الفصل السابع عشر ، هو الجهد المشترك الساعى لاقتناع ناشري الصحف ومديري محطات الاذاعة والتلفزيون لتخصيص مساحة أكبر أو وقت أطول لتقرير الكتب ، اذا لم تكن عندهم هذه الآسام فعلا .

على أن عدد النسخ المرسلة للتقرير يتوقف على عوامل كثيرة ، بما فى ذلك حجم البلد ، ونمط لغته ، وعدد وسائل التوزيع فى البلد ، ونوع الكتاب ، وحجم النسخة ، الخ .

ففى بلد كبير جدا مثل الهند ، يصدر مطبوعات كثيرة ، وعنده عدد ضخم من السكان يتمتعين الوصول الى سمعه ويصره ، فان عدد نسخ تقرير كتاب ما

منشور بالانجليزية لابد أن يكون كبيرا جدا ، لأن اللغة واسعة الانتشار جدا بين قراء الكتب في طول البلاد وعرضها .

وتنطبق نفس الظاهرة على كتاب بالبرتغالية في البرازيل .

ومن جهة أخرى فإن عدد نسخ التقرير من كتاب يصدره ناشر هندي باللغة الجيوجيرانية خليق بأن يكون قليلا .

ومن الصعب تصور أى كتاب في لغة ، يكون فيه عدد نسخ التقرير المطلوبة أقل من عشر أو اثنتى عشرة نسخة . والعدد المتوقع الطبيعي يتراوح بين ٢٥ و ٢٠٠ .

ولا جناح علينا فى هذا السياق من اضافة كلمة عن كيفية تقاضى محاسبى الناشرين لثمان نسخ التقرير من قسم الترويج .

نقطة طريقة ، ليس فيها حساب على الإطلاق : ذلك أن عدد النسخ المزمع استعمالها للتقرير يقرر قبلا ثم يخصم هذا العدد من مجموع الطبعة عندما يعد قسم المبيعات كم نسخة ستباع ، ومقدار الدخل الوارد منها اذا بيعت .

وعلى هذا الاعتبار ، فاذا كان ثمة مائة نسخة مجانية للتقرير من كتاب طبع منه خمسة آلاف نسخة ، فإن ارقام الدخل تحسب على أساس البيع المزمع لاربعة آلاف وتسعمائة نسخة فقط .

اما فى ظل الطريقة الأخرى لتقاضى ثمن نسخ التقرير ، فإن ميزانية التقرير تحسب عليها نفقة الكلفة الفعلية للنسخة الواحدة .

٢ - نسخ التقديم

هذه الطريقة الهادفة للترويج ، والتي تشبه الى حد كبير طريقة نسخ التقرير ، انما هى وسيلة للترويج المجانى عن طريق اثارة اهتمام الأشخاص البارزين ممن لارائهم وزن عند الجمهور . وعادة ما ترسل نسخ التقديم مع بطاقة شخصية من المؤلف أو الناشر ، وغالبا ما تحترق التماسا بالتعليق على

الكتاب • والمتسلمون لمثل هذه النسخ ، يمكن أن يكونوا طائفة من بين طوائف عديدة مثل :

١ - قادة الرأي العام في الحياة المدنية أو الفكرية .

٢ - العلماء ممن يعتبرون حجة خاصة في مادة موضوع الكتاب المعين •

٣ - الشخصيات الهامة في التربية ، أو أعمال المكتبات وأضرابهم ممن يؤثر حسن رأيهم في الكتاب على من يملكون البت في اختيار الكتاب ضمن الكتب الدراسية أو ضمن المراجع في المكتبات ، الخ •

٤ - باعة الكتب الرئيسيين من أصحاب الحول والطول بصفة خاصة ، والذين هم خليقون بأن يكونوا زبائن طيبين للمكتبات إذا راق لهم •

٥ - محررو الصحف الذين قد يهتمون بكتابة كلمة أو تعليق على موضوع الكتاب •

وإذا كان اعداد قائمة من ترسل اليهم نسخ التقرير ينبغي أن تراعى فيه الدقة ، فان اعداد قائمة نسخ التقديم ينبغي ان يكون أكثر دقة حتى لا تتبدد نسخ بلا فائدة .

وينبغي اعطاء اهتمام خاص للاقتراحات التي يقدمها المؤلف في هذا الصدد ، ذلك أن اقتراحاته خليقة بأن تكون ذات قيمة كبيرة ، وان كان أحيانا يجنح الى اعتبارات الصداقة والالتزامات الشخصية أكثر مما يضع نصب عينيه مقدرة متسلم الكتاب في الترويج للكتاب وشد أزر بيعه .

أما حساب ثمن نسخ التقديم فيمالج بنفس الطريقة التي سبق وصفها بالقياس الى نسخ التقرير •

بيد أن عدد النسخ المخصصة للتقديم يتفاوت تفاوتاً كبيراً أكثر من نسخ التقرير •

وغنى عن البيان انه بالنسبة لبعض الكتب ، وقليل ما هي ، فليس ثمة ما يدعو الى نسخ تقديم في الواقع ، وأما بالنسبة لبعض كتب أخرى فقد يدعو الأمر الى تقديم المثلث منها .

وفي بلد كبير زاهر بمكتبات بيع الكتب ، فمن المعلوم أن الناشرين يذهبون الى مدى استعمال الفسلفة كمينات للقراءة معطونها لبائعي الكتب عندما يشعرون أن الكتاب ييشر بسوق رائجة اذا شد أزره بائعو الكتب ودفعوا به قدما ، حقا .

أما نسخ الكتب الدراسية فتقدم حسب قواعد تختلف اختلافا تاما عن القواعد المتبعة مع كل انواع الكتب الأخرى ، وذلك بسبب « استخدامية » « نسخ الفحص المجانية » للمعلمين الذين يفحصونها بقصد تقريرها في قاعات الدرس .

وسوف نتناول هذه المسألة بمزيد من الشرح والتفصيل في الفصل الحادي عشر .

٤ - الإعلانات التجارية

ليست الإعلانات التجارية وحدات ترويجية تدرج ضمن بند الترويج ، بقدر ما هي « لافتات توضع على لوحة اعلان » تقول للبلأ من أرباب حرفة الكتب أن كتابا ما وشيك النشر في تاريخ معين ، بثمن معين ، وبخضم معين من سعر الغلاف .

وبالنسبة لبائعي الكتب اليقظين النشطين ، فإن هذا النوع من الاعلام الاساسي هو في الواقع من الأمر ضرب من الترويج ، لأنهم خليقون بأن يكون رد الفعل لديهم هو طلب الكتاب .

ولكن الاعلام الرئيسي لأهل الحرمة نافع أيضا للرجوع اليه فيما بعد ، لطلب المزيد من الكتب عندما تنفذ الكمية الأولى ، وكذلك للإجابات عن الأسئلة التي يسألها الزبائن عن كتاب ما ، دون أن تكون لديهم المعلومات الكاملة عنه .

ومعظم الناشرين في معظم الدول يصدرن ما يسمى بقائمة « أهل المهنة » ،

مرتين على الأقل في السنة ، حاوية للمعلومات الأساسية عن كل كتبهم
الآتية ، كما أن القائمة تذاع على جميع أهل المهنة برمتهم .

والخطوة التالية بعد ذلك هي « اعلان موسمى » (ويسمى «موسميا» لأن
الاعلان يوقت ، وهذا أمر متوقف على المادة الجارية فى البلد الممين ، مع مطلع
الربيع أو الشتاء ، وهلم جرا) .

وهذه القائمة هي كتيب صغير فى شكل « كاتالوج » غالبا ما يكون مزودا
بالرسوم والشروح ، وهو لا يقتصر على مجرد سرد قائمة الكتب ، وانما
يرصعها بالوصف ، كما انه يكون بمثابة المروج الفعلى للكتب المزمع نشرها .

وعلى خلاف « النشرة التجارية » التى لا تذهب فقط الا لأهل المهنة ،
فان « الاعلان الموسمى » يستعمل ايضا على أوسع نطاق متاح لكى يرسل بالبريد
المباشر على سبيل الاعلام والاعلان . (انظر القسم ٧ فيما يلى) .

وبالاضافة الى القوائم والنشرات الدورية المزودة بالمعلومات عن قائمة الكتب
برمتها ، فان الناشرين عادة ما يصدرن نوعا من الاعلان المنفصل عن الكتب،
كتابا كتابا ، مفردة ، ابا نطبعا ، أو قبل ذلك بأسابيع قليلة .

ولعل من أهم الملاحق المكملة للمادة المطبوعة التى يرسلها الناشر بنفسه
هى السجل المهنى — فى بلد من حسن حفظه أن يوجد فيه ذلك النوع من
السجل — الذى يحمل قائمة أساسية بكل الكتب الجديدة لكل الناشرين .

وهذا تيسير خاص ينفع بأئس الكتب ، الذين ما عليهم الا أن ينظروا فى جزء
معين بالذات من السجل ليحصلوا على المعلومات اللازمة عن كتاب جديد .

وفى بعض الدول ، قد توجد سجلات من هذا النوع تخصص للمكتبات بحيث
يستطيع الباحث أن يجد فيها بغيته فى أى مكتبة قريبة منه اذا شاء .

وهنا أيضا ، فان نوع التعاون المنشود ، المذكور فى الفصل السابع عشر ،
خليق بأن يتضمن الجهود المشتركة لانشاء سجل تجارة الكتب أو سجل مكتبات
انذا لم يكن ثمة هذا وذالك بالفعل .

٥ - اتصالات قسم البيع

مهما تبلغ كل الوسائل الترويجية الأخرى من الفلاح والفاعلية ، فليس ثمة بالبديل للاتصالات الشخصية التي يقوم بها ممثل الناشر ، بزيارة بقى الكتب والمدارس والمكتبات .

وقد ينظر الى هذه الوسيلة ، وهذا امر معقول ، على أنها جزء من عمل البيع الذي سبق وصفه فى الفصل السابع ، أكثر مما هى عملية ترويج . ولكنها فى الواقع من الأمر نوع من الترويج فى حد ذاته .

وعلاوة على ذلك ، فان البائع هو حامل لقطع الترويج المطبوعة التي يضعها فى يد الزبون .

وثمة سبب خاص لكى تكون قطع الترويج المطبوعة موجودة فى وقت مبكر ، هو أن تكون فى خدمة البائع عندما يقوم باتصالاته الشخصية وزيارته لمن يعينهم الأمر .

والأنتع من ذلك كله طبعا ، هو نسخة جاهزة من الكتاب كله .

بيد أن مجرد حجم نسخ العينات من كل الكتب الجديدة فى موسم معين قد تكون فوق طاقة حمل أى بائع .

فإذا كان طبع النشرات الدورية والأغلفة قد أحكم ، وتم تدبيرها وتخطيطها ، فان فى وسع البائع أن يحملها معه .

ثم هنالك اعتبار آخر ، فلكون البائع قد يكون العضو الوحيد من هيئة موظفى الناشر الذى يزور المناطق القمية ، فهو خليف بأن يكون عظيم العون فى أن يجلب معه المعلومات المفيدة فى توجيه المراحل القادمة من حملة الترويج ، اما عموما واما بالنسبة لمنطقته الخاصة به .

ثم أن البائع ، قمين أيضا بأن يناقش ، فى أثناء زيارته أو اتصالاته ، أية أفكار مع بائع الكتب خاصة « بالترويج التعاونى » (انظر القسم ١٦ من هذا الفصل) ، وأية اقتراحات عن أنسب الأماكن لوضع الإعلانات ، وعن

المحاضرات العامة التى يمكن تدبيرها للمؤلف ، وكذلك النواحي الحلية الأخرى من حملة الترويج .

٦ - « مساحة » الإعلان

تسمى « مساحة » الإعلان ، بهذه الصفة ، لأنها تتضمن شراء مساحة معينة فى صحيفة أو مجلة لعمل اعلانات منتظمة عن كتاب معين .

وليس كل كتاب صالحا لأن يستجيب للإعلان بطريقة المساحة المخصصة . وهناك بعض الكتب التى يؤثر الناشر ، بمنتهى صدق النية وسلامة الضمير ، ألا يعلن عنها بهذه الطريقة على الإطلاق ، وإنما يكرس كل ميزانية حملته الاعلانية للبريد المباشر ، أو أية طريقة أخرى يعتقد أنها أجدى لترويج الكتاب من طريقة الإعلان بالمساحة .

وتختلف الظروف اختلافا شاسعا بين الدول فى هذا الصدد ، ليس فقط بالقياس الى عدد ونوع وكيف الصحف أو المطبوعات الواسعة الانتشار من حيث اتساع دائرة القراء ، ولكن أيضا من حيث نوع الناس الذين يقرأونها . وليس فى وسع أجنبى أو غريب أو خارجى أن يقترح قواعد عامة فى هذا الشأن .

بيد أنه مما يجدر ذكره أن سياسة استعمال طريقة الإعلان بالمساحة من حين لآخر قد تكون احدى طرق تشجيع ناشرى الصحف والمجلات على انشاء أو توسيع أقسام تقريظ الكتب .

وأنه لمن الخطأ طبعا ، استعمال الإعلان كنوع من الضغط على أرباب الصحف أو المجلات لتقريظ كتب ناشر معين ، ولكن اتخاذ هذا السبيل بصفة عامة كاجراء عملى من قبل كل الناشرين بحيث يكون الإعلان على الأقل ، من حين لآخر ، خليق بأن يعلمون الصحيفة أو المجلة على أن تمول ، بوساطة دخل الإعلان ، النفقات التحريرية لتقسم خاص بتقريظ الكتب أو نقدها أو عرضها .

وللناشرين الكبار قسم للاعلان يتخذ كل التدابير الخاصة بكل اعلاناته مباشرة ، أو يعهد بها الى وكالة اعلان مستقلة .

أما تصميم الاعلانات وتخطيطها وتدبيرها فقد تقع على عاتق وكالة الاعلان ، أو قسم الاعلان الخاص بالناشر أو يعهد بها الى فنانين أو اخصائيين يكونون في نفس الوقت هم مصممى كتب الناشر .

الكوبونات (١) : ان الاعلان بطريق الكوبون الذى يملؤه الزبون ويرسله يحتاج الى تنويه خاص .

فمن المعروف أن بائعى الكتب لا يوافقون على نظام الكوبونات فى اعلانات الناشر ، طبعاً ، لأنها تعنى أن الناشر ينافسهم فى أسمار البيع بالقطاعى .

ولكن للكوبونات قيمتها بالنسبة « لبحث سوق » الناشر ، لأنها تبين نوع الزبائن الذين يستجيبون ، وتسمى أيضاً الى شيء عن قوة الجذب للأنواع المختلفة من الاعلان . ويمكن جعل الكوبونات موسومة بعلامة معينة — فى شكل حرف أو رمز دال على المصدر (صحيفة ، أو مجلة ، الخ) الذى قطع منه الكوبون .

ثمة نقطة أخرى جديرة بالذكر خاصة بالكوبونات فى عملية الاعلان بالمساحة .

أحياناً عندما تلح الصحيفة أو المجلة على ناشر كتب ليأخذ مساحة اعلانية ، ولكن الناشر يترتاب فى جدواها من حيث استحقاتها للنفقة بالقياس الى عائداتها المأمول ، فمن الممكن حينئذ اصطناع تدبير خاص .

يوافق ناشر الكتاب على دفع مبلغ معين لقاء كل كوبون يرجع اليه ، ومن ثم فإن نفقته تكون قليلة جداً اذا اخفق الاعلان فى طلب طلبات كثيرة ، ومع ذلك كان

(١) ليست هذه الكلمة عربية ، وإن كلفت راتجة من الاحتمال الدارج ، ولقد أقرناها على الكلمة النصحبة « خفرت » خضبة الانجاس . (المترجم) .

الصحيفة أو المجلة التي تحمل الاعلان تحصل على دخل أعلى من المعتاد اذا كان المائد (من الكوبونات التي يرسلها القراء في طلب الكتاب المعلن عنه) طيبا .
(وفي ظل هذه الخطة فان الكوبونات ترسل ثانية باسم الصحيفة أو المجلة ، ثم بعد ذلك الى ناشر الكتاب بعد عدها) .

وثمة طريقة أخرى من نفس النوع من التنظيم التجارى ، وهى طريقة جمل الصحيفة أو المجلة تقوم بعمل بائع الكتب . أى ان ناشر الكتاب لا يدفع شيئا مطلقا لمصاحبة الاعلان ذاتها ، وانما يعطى الصحيفة أو المجلة خصما كبيرا على نسخ الكتب التى تشتريها الصحيفة أو المجلة لتلبى الطلبات التى تأتى اليها عن طريق الكوبونات .

٧ - الاعلان بالبريد المباشر

هذه الطريقة الخاصة بالاعلان ، مباشرة بالبريد للزبائن ، ليست واسعة الانتشار فى معظم الدول النامية (١) ، ومرد ذلك ، جزئيا ، الى نقص فى كفاية بعض النظم البريدية ، وكذلك بسبب صعوبة وثمن تحويل المال بالبريد .

بيد انه ، حتى فى الوقت الراهن ، فان للطريقة امكانات متاحة ، وهى تبشر بالكثير بالنسبة للمستقبل .

وكلما تحسنت الوسائل والطرائق ، فان هذه الطريقة يمكن استعمالها الى حد ما ، بالنسبة للكتب ذات الجاذبية الشعبية الواسعة .

بيد أن اكبر استعمال طبيعى لطريقة البريد انما يتعلق بالكتب الخاصة بجمهور معين بالذات ، أى بطائفة خاصة من القراء ، ومن ثم فمن الخسارة وتبديد الوقت والجهد والمال اتباع هذا الضرب من الاعلان العام بلا تمييز .

(١) من الطريف فى هذا الصدد أن أحد مترجمي هذا الكتاب ، اقترح هذه الطريقة على ناشره فى كتاب « التسول الاخلاقي » ، وكفت مخابرة انتهت بفسلة ثلاثين نسخة من مائة ، مبنا على العمل الفاعل يحتمل بعد ذلك أن اتباع هذه الطريقة اتباعا للحكمة العربية القديمة « مصور فى البعد » . (المترجم) .

وأحيانا ينوه بالفرق بين طريقة البريد المباشر وطريقة الاعلان بالمساحة .
بالقول بأن النشرة الدورية المرسلة بالبريد المباشر الى قوائم عناوين مختلرة
بكل دقة انها تشبه طلفة البندقية ، المصوبة تصويبا مباشرا الى الهدف ، في
حين ان الاعلان بالمساحة يشبه « بندقية الرش » ، التي لا تصوب تصويبا
مباشرا سديدا ، وانما تغطي مساحة شاسعة من النار ، بحيث انها لابد ان
تصيب بعضا من الاهداف ، على أية حال ، على الرغم من عشوائيتها .

ولنضرب مثلين : كتبيا طبيا متخصصا ، خليف بأن يؤتى اكله ويفلح ، يقينا ،
من طريقة طلفة البندقية ، في حين أن قصة مرجوة الرواج واثارة الشغف عند
أى مغرم بالأدب ، تتطلب طريقة « بندقية الرش » .
والعنصران الأساسيان في حملة البريد المباشر هما :

أ - النشرة الدورية ، أو أى قطعة مطبوعة يتقرر إرسالها بالبريد .

ب - قائمة الاسماء التي ترسل الى أصحابها .

وينبغى تخطيط الأمرين متصلين أحدهما بالآخر . ذلك انه ليس فقط نوع
القائمة ، وانما أيضا حجمها خليفان بأن يؤثر في تصميم النشرة الدورية .

وفي الواقع من الأمر ، فله اذا كتلت القائمة صغيرة جدا ، وكان الكتاب
موضوع الاعلان هو الكتاب المناسبهما للجمهور الخاص الذى يؤلف طائفة
القائمة ، فقد يكون من الأوفق والأوفر استعمال الرسالة الشخصية بدلا من
النشرة الدورية المطبوعة . أو ربما بالإضافة إليها .

قوائم الاسماء : يستطيع الخيال الذكى في جمع قائمة الاسماء ان يؤتى
اكله اضمالفا مضاعفة . ومن بين المصادر التي يمكن استعمالها لاختيار
الاسماء والعناوين ، نوجز ما يلى :

١ - العملاء السابقين لدار النشر (خصوصا ، كما هو مقترح في الفصل
الثامن ، اذا كتلت الاسماء قد تم مرزها لبيان انواع الكتب التي يهتمون بها) .

٢ - المعلمين والأساتذة وغيرهم من نوى المهن المتخصصة الذين يعملون في الميدان الذي يعالجه الكتاب .

٣ - أمناء المكتبات ، ونظار المدارس ، وبعض موظفى الوزارات وغيرهم من المهتمين بمجال واسع من الكتب .

٤ - قوائم عضوية الجماعات ، والرابطات المهنية ، الخ ، في ميدان الكتاب .

٥ - قوائم المشتركين فى المجلات ، او (وهذه ليست ذات قيمة كبيرة ، ولكن على الأرجح يمكن استجارها من المجلات) ، قوائم المشتركين السابقين .

٦ - قوائم خاصة يعدها المؤلف بخط يده .

الكويونات : ان النشرات الدورية بالبريد المباشر تتضمن عادة كويونا لكى ينزعه العميل ويرسله ثانية الى الناشر ، طالبا نسخة من الكتاب .

ولا يمكن تخفيف سخط بائعى الكتب على الكويونات (وهى الظاهرة التى سبق ذكرها فيما يتعلق بالاعلان بالمساحة) الا جزئيا ، وذلك بأن تتضمن كل نشرة دورية كلمة على غرار « اطلب الكتاب من المكتبة التى تتعامل معها ، او اذا لم تكن هذه موجودة ، فاستعمل الكويون الموجود فى أسفل النشرة » .

ان ما يبتغيه بائعو الكتب حقا هو ذكر اسم محل بيع الكتب بدلا من اسم الناشر ، خلاصا بعنوان الرد ، وهذا امر يمكن تعبيره ، على الأقل بالنسبة لمجال بيع الكتب الكبرى ، وفقا لخطة « الترويج التعاونى » المشروحة فى القسم السادس عشر من هذا الفصل .

الانتمية : من بين العوامل التى جعلت الاعلان بطريقة البريد المباشر ، نافعة جدا وفعالة جدا فى بلاد مثل الولايات المتحدة الأمريكية ، هى انشاء تقليد البيع الواسع الانتشار بالبريد بدون طلب الدفع مقدما . بيد أن ثمة تعديلا لطريقة البيع الكامل بالانتمية . فعلى الرغم من طلب الدفع الفوري مقدما ، الا أن البيع

يمكن أن يكون على أساس « عند الموافقة » مع وعد « باعادة الثمن فوراً اذا لم يحظ الكتاب برضاك تماما » .

وعلى أية حال فإن الاعلان بطريقة البريد المباشر ، له امكانات واضحة ، ولكن ليس من المعقول توقع نتائج كاملة في بلد — بسبب ان تقليد الطلب بالبريد مع الدفع بالنسيئة لم يتطور بعد — فإنه يتعين على الزبون أن يجد طريقة ما لارسال القسط المقدم قبل أن يستطيع طلب الكتاب .

الكثير غير المباشر للاعلان بالبريد المباشر : ان الفكرة الرئيسية للاعلان بالبريد المباشر كانت البيع الفعلي للكتب بالبريد . ولا يزال ذلك هو الغرض الرئيسي للناس بالنسبة لأنواع كثيرة من الكتب ، عندما يرسل نشرات دورية . فهو يتوقع أن تأتيه الطلبات مباشرة . ولأنه عادة ، لا يضطر الى السماح بأى خصم على هذه الطلبات الفردية ، فإن ذلك خليك بأن يكون عملا مربحا . وكثير من الناشرين يرتأون أنه اذا طلب الكتب ٢ في المائة او ٣ في المائة من الناس الذين يتسلمون النشرات الدورية فإنهم سوف يغطون ما هو أكثر من نفقات البريد ، وأن كل ما يتجاوز ذلك انها يمثل ربحا طيبا حقا . ولكن يجب ألا ننفل أنه بالنسبة لبعض أنواع من الكتب ولبعض أنواع من الأسواق ، فإن الاعلان بالبريد المباشر له فعاليتيه ، حتى على الرغم من أن معظم المشترين يقصدون محال بيع الكتب بدلا من أن يطلبوها بالبريد من الناشر .

(والمسألة هامة بصفة خاصة طبعا ، فيما يتصل بالتعليق المذكور آنفا عن الفعالية الضئيلة للبيع بالبريد المباشر عندما يكون تقليد ارسال الكتب للأفراد بنظام الدفع بالنسيئة ، او عند الموافقة ، لم يرسخ بعد) .

ثمة طائفة من الناس يعتبرون زبائن طبيعيين لشراء الكتب من محال بيعها ، ونادرا ما يشتررون الكتب بالبريد . ومع ذلك فإن نشرة دورية ذكية خليقة بأن تحضهم على الذهاب الى محل بيع الكتب وشراء الكتب المعلن عنه ، الأمر الذى يؤدي في النهاية الى المزيد من طلب ذلك الكتاب من محال بيع الكتب .

وعلى أية حال فإن الاعلان بالبريد المباشر يعتبر من أحسن الطرق المثيرة للحديث عن كتاب ما ، وأنه لمن المتفق عليه عموما أن الدعاية بالكلام من أقوى ضروب ترويج الكتاب .

٨ - الراديو والتلفزيون

إن المحاضرين والمعلقين ومقرضى الكتب فى البرامج الإذاعية ، فى وسعهم أن يكونوا عوناً كبيراً فى جعل المستمعين والمشاهدين يرغبون فى شراء الكتاب ، وكذلك فى إضافة عنصر جديد الى الترويج بالكلام .

ويمكن أيضاً استعمال الراديو والتلفزيون فى الاعلان المأجور فى البلاد التى يسمح فيها بالاعلان بواسطة نظام الإذاعة .

بيد أنه ليس لدينا من البيانات أو المعرفة الكافية عن مدى فعالية هذه الطريقة من الاعلان فى البيع الفعلى للكتب .

وفى وقت ما جنح الناشرون فى البلاد الغربية الى التفكير فى أن الراديو والتلفزيون ، وإن كانا صالحين للاعلان عن سلع أخرى ، إلا أنهما غير صالحين لترويج الكتب .

والسبب فى ذلك ، لم يفهم تماماً ، وإن كان عدد كبير من النظريات انبثق لتفسير هذه الظاهرة ، وكلها ترتبط عادة ، على نحو ما ، بحقيقة أن جمهور الإذاعة يشمل عدداً كبيراً من الناس لا يهتمون بالكتب حتى إذا لم يكونوا من الأميين .

وفى أى بلد تكون نسبة محو الأمية منخفضة ، فإن نسبة الأميين لابد أن تكون طبعاً عالية ، ومن ثم فإن مقداراً كبيراً من المال المنفق على الاعلان بالراديو ، لابد أن يعتبر من قبيل التبذير أو الاسراف بلا مسوغ . والشئ الذى لا نعرفه بعد ، هو هل ثمة مسوغ لكلفة الاعلان بالراديو يستند الى غير الأميين الذين يلجأهم الاعلان بوسيلة هذه الوسيلة ؟

٩ - الإعلانات الكبيرة (إعلانات الملصق)

ان الاعلانات الكبيرة المطبوعة ، والتي غالبا ما تكون مطابقة لتصميم الغلاف أو للنشرة الدورية الخاصة بالكتاب ، تعطى أحيانا لمحال بيع الكتب ، وتوضع في أماكن ظاهرة لجذب الانتظار .

ولا يمكن أن يكون الاعلان الملصق كبيرا جدا لأن معظم محال الكتب تفتقر الى المساحة الكافية . ومن جهة أخرى ، اذا كان الاعلان صغيرا جدا ، فليس من المحقق اذا كان الاعلان أكثر فعالية ، بأي حال من الأحوال ، من صف مرصوص من نسخ الكتاب ذاته .

ان معظم الناشرين يشعرون أن الإعلانات الملصقة ، اذا كان لها ميسوغها على الإطلاق ، لا يمكن أن تستعمل استعمالا اقتصاديا الا في عدد قليل من الحملات الترويجية فحسب .

يقينا ، ان الاعلان الملصق ليس واحدا من البنود التي تخطط أوتوماتيكيا لكل كتاب .

١٠ - المعارض

ان المعارض من اشق الأمور وأكثرها إزعاجا وإثلاثا في تخطيطها وتسيير دفتها - بل هي تفوق في ذلك كل ما يمكن أن يتصوره أى شخص خارج ميدان الكتب . ولكن معظم الناشرين يحسبون انها تمثل نوعا هاما من الترويج لمجموعات من الكتب .

وما لم تكن ثمة ظروف غير عادية الى أقصى حد ، فليس من الاقتصاد ولا من حسن التدبير إقامة معرض لكتاب أوحده .

ولكن اذا كان المعرض يتصدى لعدد كبير من الكتب ، فمن السهل تسويق النفقة والإزعاج .

ومن أسباب الاعراض عن المعارض صعوبة قياس قيمتها الترويجية قياسا

مضبوطا . وكل امرئ يتفق على ان المعارض مفيدة ، ولكن ليس في وسع
اي امرئ ان يقول الى اى حد ؟

وثمة معارض ذات انواع كثيرة مختلفة .

وأعظم معرض كتاب في العالم هو معرض كتاب فرانكفورت في ألمانيا ، الذي
يعرض فيه ناشرون من دول كثيرة ، بضاعتهم . بيد أن هناك أنواعا كثيرة أخرى
تتفاوت كما وكيفا الى المناسبات المحلية الصغيرة مثل اجتماع للمعلمين
أو إهداء المكتبات أو الأطباء أو المهندسين في جزء من بلد ما .

وانواع الكتب المختارة للمعرض تتفاوت طبعا وتختلف طبقا لجمهور الناس
الذين يتوقع أن يشاهدوها .

وفي المعارض الكبيرة جدا ، فمن المجدي حقا ، في كثير من الأحيان ، طبع
كتيب يحتوي قائمة الكتب وصيغة لطلب الكتاب .

ومن نواحي ادارة شئون المعرض التي يطلق عليها على سبيل المجاز « التدبير
المنزلي » ، ما يتعلق برغوف المعرض والخزانات الزجاجية ، الخ .

وان أي ناشر أو جماعة من الناشرين من الذين لا يكفون عن اقامة المعارض ،
ليجوعون أن من الاقتصاد والتدبير انشاء عتاد أساسي يمكن حله وفكه وطيه
وتركيبه وشحنه ونقله لكي يتسنى استعماله مرة بعد مرة دون حاجة الى انشاء
جديد في كل مرة .

وثمة مشكلة أخرى من مشكلات « التدبير المنزلي » ، هي مجموعة الكتب
الباقية بعد انقضاء أجل المعرض وحزمها وربطها لاعادتها ثانية الى مستودعها
الرئيسي .

واحدى وسائل حل هذه المشكلة هي الاتفاق مع أحد باعة الكتب ، قبل
المعرض ، على أنه سوف يأخذ كل الكتب المعروضة ، في النهاية ، بتخفيض
ستين في المئة من سعرها ، ومن ثم يوفر نفقة حزمها وربطها ونقلها ،
وخصوصا أن التسخن المعروضة كثيرا ما تتناولها الأيدي وتفقد شيئا من

جدها . ثم أن الناشر يعنى نفسه من التصدى لكل تلك العمليات في بلد قد يكون نائيا عن مقره الرئيسى .

ولقد جرت العادة أيضا في بعض المعارض (ومعرض كتّاب فرانكفورت واحد منها) على السماح للأفراد بشراء الكتب من المعرض نفسه بنصف الثمن في آخر أيام المعرض .

وبهذه المناسبة ، فإن بعض المعارض تجمع بين البيع والمعرض بانتظام ، وإن كان ذلك مما يحرمه بعض القائمين على شؤون المعارض .

١١ - النشر (بمعنى الإذاعة والإعلان)

مهما دبرت وخططت ورسمت كل الضروب الأخرى من أنواع الترويج ، فينبغى دراسة كل كتاب جديد من حيث إمكان الكتابة عنه في الصحف - فإذا كانت أخبار الكتاب مثيرة للاهتمام بدرجة كافية ، فإن الناشر خليق بأن يحصل على ترويج بالمجان نافع بهذه الطريقة . وقد تكون القصص التي تكتب عن الكتاب مرتبطة بموضوع الكتاب ، أو بحقائق عن سيرة المؤلف نفسه - أو ، وهذا أقيدها كلها - تنصب على حقيقة مذهشة يحتويها الكتاب ، وفيها عنصر المفاجأة ، إذ لم يسبق للجمهور معرفتها .

وجميع دور النشر تتبع قاعدة أن كل كتاب جديد ينشر ، ينبغى أن يقرن ببيان خاص به بمثابة موجز للتعريف بالكتاب ، وهو عادة ما يكون صفحة منسوخة بالآلة المكتبة ترسل الى الصحف والمجلات ، ومقرضى الكتب ، ومحال بيع الكتب .

وفي وسع الصحف والمجلات التي بها أقسام كبرى للكتب ، بما في ذلك « بند الكتب » ، وكذلك بحوث الكتب ، أن تستعمل المادة الموجودة في ذلك البيان التعريفي ، سواء أدرجت ضمن برنامج تقريبها المنظم ، فيما بعد ، أم لا .

١٢ - الجوائز

بعض الكتب تعتبر من الترويج الناتج الجوائز التي تمنحها لها منظمات

أخرى ، مثل جائزة نوبل ، وجوائز آدمجى فى الباكستان ، والجائزة القومية للكتاب فى الولايات المتحدة الأمريكية ، وجوائز اليونسكو فى الدول المختلفة .

وفى بعض الدول ، توجد مئات فعلا من جوائز الكتب كل عام ، والناشر يقيظ تمين بأن يحاول اقتناء أثرها ، ويتأكد أن كل كتبه من الأنواع الصالحة تحظى بالاعتبار ، وفى نفس الوقت يكون دائما مستعدا لتثمين إمكانات الترويج التى تنتج من منح الجائزة لكتبه ، فى الإعلان ، إذا ربحته كتبه ونالت الجائزة .

بيد أن هناك نوعا آخر من الترويج الذى يستعمله الناشر فى استغلال الجوائز ، فقد يمنح الناشر نفسه الجوائز ، مثلا ، لمقال يكتبه أطفال المدارس عن موضوع الكتاب ، أو يصطنع نظام جوائز آخر يجذب اهتمام الجمهور الذين يطمحون عليهم معرفة الكتاب لكى يتنافسوا فى الحصول على الجائزة .

والناشر أيضا يمنحون جوائز لمؤلفى مخطوطات لا تنشر كما سبق أن أشرنا فى الفصل الرابع ، وأن كان هذا التدبير غالبا مايكون لتشجيع المؤلفين الذين ييشرون بالنجاح والفلاح لكى يقدموا كتبهم أكثر مما هو ترويج فعلى للكتب التى تم اختيارها أخيرا .

١٢ - النشر فى المجلات

إن أجزاء من الكتاب ، وخصوصا إذا لم يكن من القصص ، يمكن أن تستعمل كمقالات فى مجلة أو صحيفة قبل نشر الكتاب .

وبصفة أخص ، إذا أصر المؤلف على لمحة تنوه بأن المقال كجزء من كتاب أت (مع النص على عنوان الكتاب والناشر) فإن ذلك خليق بأن يكون نافعا جدا .

ولقد أتى زمن كان الناشر فيه يعرضون عن نشر بعض أجزاء كتبهم فى الصحف أو المجلات مقدما قبل نشر الكتاب ، ولكن رأى العام اليوم يرى أنه إذا توخينا القصد وعدم الإغراط فى هذا الصدد ، فإن ذلك خليق بأن يجنب الانتباه الى الكتاب المقبل فى موارث قد لا يصل إليها الاعلان الطبيعى المعتاد .

وعادة ما يتوقع من نشرة المجلة أو الصحيفة أن يدفع مبلغا من المال في مقابل استعمال المادة المستقاة من الكتاب ، سواء أكان الاستعمال قبل نشر الكتاب أم بعده . وطبعا لا يكون الاستعمال إلا بأذن ، على الأقل في الدول التي يحمي القانون فيها الحقوق الأدبية .

أما اقتسام أى أجر تدفعه المجلة أو الصحيفة في مقابل استعمال أجزاء من الكتاب ، بين المؤلف والناشر ، فذلك أمر يحدده العقد المبرم بينهما ، كما هو وارد في الفصل الثامن عشر .

١٤ - محاضرات المؤلف وظهوره شخصيا

إذا كان المؤلف شخصا ذا شهرة قومية ذائعة الصيت ، فإن ظهوره كمحاضر أو محدث في الإذاعة ، أو ضيف شرف في حفل عشاء أو حفل استقبال ، يمكن أن يكون ذا قيمة كبرى .

على أن الظهور الشخصى قد لا يبيع الكتب مباشرة ، ولكنه خليق بأن يكون مددا نافعا يشد أزر الأنواع الأخرى من الترويج ، وخصوصا الإعلان في الصحف أو أحاديث الناس عن الكتاب .

ولا جدال في أن الظهور الشخصى للمؤلف في « حفل التوقيع باليد » تحت رعاية صاحب مكتبة ، يعتبر واحدا من ضروب « الترويج التعاونى » الواردة في القسم السادس عشر في السياق اللاحق .

وثمة نوع خاص من الظهور الشخصى يكاد يكون من المؤكد أن يظهر بالتنويه الواسع في الصحف ، هو ما يحدث عندما يذهب المؤلف بنفسه لتقديم مؤلفه الجديد الى رئيس الوزراء أو أحد قادة الرأى أو الحكم من مشاهير البلد .

١٥ - ترويج مجموعات من الكتب

عندما تكون دار النشر في مستهل حياتها ، وعدد الكتب التى أصدرتها قليلة نسبيا ، فمن السهل (وأن كان ذلك غالبا) أن يتولى الترويج والدعاية لكل الكتب ، واحدا واحدا ، التى نشرتها المؤسسة حتى آنئذ .

ولكن بمجرد أن تبدأ القائمة فى الازدياد ، فمن المفيد اتخاذ سبيل الترويج
الجمعى لأنواع خاصة من الكتب ، طقفة طقفة . ومن ثم فلا بأس بالاعلان
بالمساحة مع سرد عشرة كتب ، أو ربما أكثر ، عن موضوع واحد ، مثل
الطب أو القانون ، أو نشرة خاصة تبين كل الكتب الخاصة بالقراءة الاضفية
للأطفال ، الخ .

وفى هذه الحالة فان حساب نفقة أى كتاب على حدة يكون قليلا نسبيا ،
لأن الحساب الاجمالى يقسم عليها جميعا ، ومع ذلك فان الأثر الكلى فى
المشتري المأمول الذى عنده اهتمام بذلك الميدان ، يمكن أن يكون قويا جدا .
(أن مثل هذا الترويج الجمعى له قيمة تحريرية أيضا حيث انه يلفت الانتباه
الى دار النشر لمؤسسة ذات اهتمام خاص بالميدان المعين موضوع الاعلان،ومن
ثم فهى دار خليفة بأن يفكر المؤلفون الجدد فى ذلك الميدان بأن يقدموا اليها
مخطوطاتهم) .

وثمة بند من بنود الترويج الجمعى ، يعتبر غالبا وليس « أداة بيع » فى حد
ذاته ، الا أنه مع ذلك لازم من حين لآخر أن لم يكن فى كل عام . ذلك
هو « الكاتالوج العام » الذى يحتوى قائمة بكل الكتب التى نشرتها دار النشر
والتي لا تزال طبعتها موجودة لم تنفذ .

وهذا الكاتالوج له قيمة كبرى بالنسبة لأمناء المكتبت ومحال الكتب ، ثم ان
تكليفه يمكن تسويغها كجزء من خدمة النشر لأولئك الزبائن الصالحين ، حتى
إذا لم يخلق الكاتالوج العام فى الواقع من الأمر مبيعات جديدة ، فى حد ذاته .
ثم انه طبعا ، سبيل للمساعدة فى المحافظة على مبيعات الكتب الاقدم
المبينة « على ظهر الخلاف » كما هو مذكور فى الفصل الرابع .

وفى البلاد التى تصدر فيها قوائم القراءة المتدرجة (تصنيف الكتب حسب
السن أو مستوى القراءة) ، فان من رأى المعلمين وأمناء المكتبت ان هذه
القوائم هى أنفع الكاتالوجات العامة طرا .

١٦ - الترويج التعاوني

ان التعاون بين الناشرين وبائعي الكتب في ترويج أى كتاب ، خليق بأن يؤتى
أكله بطرق كثيرة .

فأولا ، الاسهام المشترك في اهتماماتهم وأرباحهم في مشروع ما نفذه معا ،
خليق بأن يقضى بصفة خاصة ، الى صداقات وثيقة وعلاقات عمل طيبة سارة
بارة في المستقبل . ولكن بصرف النظر عن ذلك كله ، وفوق ذلك كله ، فإن
السبيل خليق بأن ينتج رواجاً في بيع الكتاب .

ويمكن لبائعي الكتب والناشرين أن يتعاونوا فيما يتعلق بالإعلان بالمساحة
في الصحف والمجلات التي تخدم منطقة سوق مائمي الكتب .

ويموجب هذه الخطة ، فإن الناشر يوافق على أن يدفع نصف تكاليف الاعلان
بالمساحة الذي يديره بائع الكتب . ان الاعلان يظهر فوق اسم بائع الكتب ، ولكنه
يقصر على كتاب الناشر المعين دون غيره .

وعادة ، يكون ثمة اتفاق على الحد الأعلى الذي ينفق بهذه الطريقة ، من
جهة كل شريك .

وثمة سبيل آخر من سبل الترويج التعاوني ، وهو يتضمن البريد المباشر .
فالناشريوافق على طبع نسخ من نشراته الدورية بالبريد المباشر ، عليها اسم
بائع الكتب وعنوانه مكتوباً على كويون الرد .

فالناشر يقدم النشرات الدورية مطبوعة بهذه الطريقة ، وبائع الكتب يرسل
النشرات الدورية بالبريد لزيائنه المدونين في سجله الخاص ، وكذلك للمكتبات
وغيرها من المؤسسات المشتري في منطقته .

بيد أن طبع اسم بائع الكتب وعنوانه ليس أمراً ممكن الإجراء أو التنفيذ
الا اذا كان عدد النشرات الدورية التي سوف يستعملها كبيراً بدرجة كافية .

ولكن ، ابتغاء مساعدة بائعي الكتب الصغار ، فإن الناشرين كثيراً ما
يطبعون عدداً معيناً من النشرات الدورية عليها فراغ يترك خالياً مكان العنوان ،

بحيث يستطيع بائعو الكتب الصغار ان يضعوا اسماءهم فى المكان الخالى
بالختم المطاط .

وأحيانا يتقاضى الناشران اجرا رمزيا عن كل ألف نشرة دورية يقدمونها ،
لا لشيء الا على سبيل الحذر خشية الطلبات المستهتررة غير المسئولة من
قبل بائعى الكتب .

والتعاون مع بائعى الكتب نافع الى اقصى حد فى تدبير المحاضرات أو
المناسبات الشخصية لظهور المؤلفين ، وفى تدبير برامج الراديو والمحاضرات
العامة ، وفى كثير من الامور التى من هذا القبيل .

ان معرفة بائع الكتب بمنطقة سوقه ، مكمل عظيم القيمة لمعرفة ناشر
الكتاب وصلاته التى ، وان كانت اعم واشمل ، الا ان ما تضيفه اليها معرفة
بائع الكتب تشد من ازرها بحيث يكون بعضها لبعض ظهيرا .

١٧ — الخيال الخلاق وحماسة التوقيت

كثير من الناس يرون أن الترويج هو الذ وأشهى وأمتع من أية ناحية أخرى
من نواحي عمل نشر الكتب ، ومرد ذلك الى وجود عدد متنوع مختلف من النسل
والطرائق ، بما هو خليق بضروب شتى من الفبطة والرضا فى اكتشاف فرص
جديدة تدعو الى اهتمبالها واغتنامها بكل يقظة وانتباه وخفة فى اوانها .

ولقد قدما فى هذا الفصل طائفة من أكثر ضروب ترويج الكتب ، راجا بين
أهل المهنة ، ولكن هناك كثيرا غيرها سبق أن جرب فى الماضى فى بلاد مختلفة .

ولا يزال فى وسع مدير الترويج الذكى المبدع ، صاحب الخيال الخلاق ، أن
يفتقر غيرهما مثل اللافتات على عربات الترام والحافلات ، والشرائح المصورة
على شاشة السينما ، ونوافذ العرض فى مداخل المسارح ، وعلى بطاقات أو
برامج مباريات الكريكت لو كرة القدم ، وهلم جرا .

ومن طريق ما يذكّر فى هذا الصدد ، أن مدير الترويج لاحتد دور النشر

ابتكر طريقة غدة في الإعلان ، بأن جعل اثنتى عشرة عارضة من عروضات الأزياء الجميلات اللفاتات يرتدين أجمل الأتواب الأخذاة ، ولا يفعلن شيئا سوى أن يسرن فى أملكن تجمعات الناس ، وكل منهن تحمل نسخة من قصة جديدة ، وقد برز عنوانها ، مما قيد من المشاهدين أبصارهم .

ولعل تلك البدعة كانت أكثر جدوى من حيث تسليية الجمهور ، منها بالنسبة لبيع الكتب ، ولكنها على الأقل بدأت نوعا من الدعاية بالكلام من جراء طرافتها وجرانها .

وأيا ماكانت الطريقة ، فالقاعدة العامة لترويج الكتاب هى البذا الحريى القائل « بتدعيم الفرق المتقدمة » ٠ أى ، اذا كان هناك كتب عديدة أعطيت فرصة لاثبات قوة بيعها بوساطة الترويج الأولى ، وأن بعضا منها فقط استجاب بمبيعات طيبة ، فهذه هى الكتب التى يشعر الناس انها تستحق قسطا أكبر من ميزانية الترويج المستقبل . ولربما يضطر أسفا الى أن يقرر ألا ينفق مزيدا من مال الترويج على الكتب التى أخفقت فى الزواج .

ان مفتاح النجاح بالنسبة لمدير الترويج هو نوع من الحاسة السادسة التى توحى اليه بأن يعرف متى يكون كتاب ما على وشك « اكتماسح السوق » ، وأن يصبح أنجح كتاب ، ويضرب الرقم القياسى فى البيع .

وعندما يعرف ذلك - او يحسب أنه يعرف ذلك - فهو خليف بأن يقامر على المستقبل باتفاق المزيد على الترويج ، أكثر مما يستطيع أن تمدد به المبيعات التى تمت بالفعل آنئذ .

أما الصفتان اللتان ينبغي أن تتوافرا فى مدير الترويج ، بالإضافة الى الالتذاذ ببذل الجهد الشاق ، فهما الخيال الخلاق وحاسة التوقيت . وهو يحتاج الى كليهما لكى يرى الفرص المساحات التى تطرا ، ثم يمضى الى غلبته ويستغلها على الفور .

والحاجة الى الخيال واضحة ، ولكن حاسة التوقيت فى مثل أهميتها سواء
بصواء .

فينبغى ، ليس فقط ، أن تكون حملة الترويج الاولى متقنة الاعداد والترتيب
والتسلسل ، ولكن متابعة « فرق التقدم » ينبغى أن تكون قوية عارمة وفورية .

ان مدير الترويج يحتفظ بتقويم زمنى فى ذهنه ، ويجب أن يكون دائما على
وعى تام ليس فقط بما هو حادث فى الدنيا من حوله ، ولكن ايضا بالأحداث
المسجلة المرتقبة والاتجاهات الممكنة التى تولى الى اهتمام الجمهور فى
المستقبل ، فكانه جهاز رصد ورادار فى آن .

ومن نافلة القول ، أن نذكر أن الطرائق والوسائل المستعملة ينبغى أن تكون
مناسبة وصحيحة بالنسبة للكتاب المعين بالذات . نلك أن النوع الخاطيء
للترويج ، اذا بدا أنه يقسم بطابع الخداع أو استغلال الجمهور ، بالنسبة الى
الكتاب المعين عنه ،خلق بان يضر سمعة الناشر ، ثم انه لن يجدى فتيلا فى المدى
الطويل بالنسبة للكتاب المطلوب ترويجه .

ولكن اذا كان الترويج من النوع السليم الصحيح ، وفى الوقت المناسب ،
وبالمقدار اللازم ، ونفذ بالطريقة الصحيحة ، فان ثمراته خليفة بأن تؤتى أكلها
أضمافا مضاعفة .

وينبغى أن يشعر مدير الترويج بأنه يخدم الجمهور مثما يخدم رسيد حساب
نشره فى البنك . انه باعلانه على الملأ أن كتابا جديدا قد خرج الى حيز
الوجود ، فلما بذلك يضيف حلقة حاسمة فى سلسلة تمتد من مكتب المؤلف
الى القارئ الذى يمسك بالكتاب بيديه .

الجزء الثالث
أنواع نشر الكتب

الفصل العاشر

الكتب التجارية وأنواع أخرى من النشر

ان الغرض من هذا الفصل الموجز هو مجرد تزويد القارئ بقائمة مراجعة لبعض الأنواع الرئيسية للنشر . وسوف تتناولها الفصول التالية بمزيد من الشرح والإعلام — ولو عن بعض منها على الأقل .

وبعض أنواع النشر تختلف عن غيرها تبعا لنوع الكتب التي تعالجها — مثلا كتب القانون أو كتب الطب .

وثمة أنواع أخرى تستعمل طرق نشر خاصة — مثل النشر بطريقة نسائي الكتاب ، أو الاشتراك .

وطبعما ، بعضها يستعمل طرق نشر خاصة بسبب مادة الموضوع الخاصة ، وأوضح مثال على هذا النمط من النشر هو الكتب الدراسية .

وثمة عدد لا يستهان به من الأنواع الخاصة من الكتب يمكن معالجته في البداية ككتب تجارية ، ثم فيما بعد فقط يمكن أن تكون لها أقسام خاصة بها .

ومن ثم فسوف نعرض كأقسام فرعية تندرج تحت « تجارية » أنواع الكتب التي ربما تكون لها في النهاية بمرور الوقت أقسام مستقلة منفصلة في بعض دور النشر الكبرى ، ولكن كثيرا من الناشرين عادة ما يعاملونها ككتب تجارية .

أنواع النشر

ان السرد الجزئي لأنواع نشر الكتب يتضمن الأقسام المبينة فيما يلي :

ولا جناح علينا من أن نكرر التمليق الذي ذكرناه مرارا وتكرارا من قبل في هذا الكتاب ، وهو أن الإشارة الى « الأقسام » ينبغي ألا تكون تشبيها لآمال الناشر الصغير الذى ليس لديه أقسام . أننا نقصد بحسب أن نبين الطرق المختلفة للنظر الى مختلف أنواع النشر ، حتى في دار النشر ذات الرجل الواحد .

١ - النشر التجارى : الكتب العامة من النوع الأكثر تداولاً طبعا ، في تجارة الكتاب بالقطاعى ، بما في ذلك الأدب والسر وكل الكتب غير القصص للقراءة العامة .

وتشمل أيضا الكتب عن الموضوعات الخاصة ، ولكنها عادة ما تعامل ككتب تجارية . أما الميادين التى تشملها فقد تكون شعرا أو دينا ، أو تجارة أو فنا أو موسيقى ، أو كتب صور ، أو كتب كيف تعمل كذا ، وكذا ، وهلم جرا .

ومن بين الميادين الرئيسية التى ستكون لها أهمية قادمة في البلاد النامية - وهى كتب للأطفال للقراءة الترويحية - وهذه قد يشرع فيها ككتب تجارية ، ثم فيما بعد تصبح قسما منفصلا . أو ، بسبب استعمال مثل هذه الكتب للقراءة الإضافية في المدارس ، فإن القسم التجارى وقسم الكتب الدراسية قد يميلان فيها معا ، في كلا جفتى تنمية التحرير والتوزيع .

٢ - الكتب الدراسية : (انظر الفصل الحادى عشر) .

٣ - كتب الأطفال (على حدة ، الى جانب الكتب الدراسية) : انظر الفصل الثانى عشر . ولاحظ التمليق الوارد تحت « الكتب التجارية » المذكورة آنفا .

٤ - كتب التوزيع الكبير (انظر الفصل الثالث عشر) : هذه هى الكتب ، وعادة ما تكون ذات غلاف ورقى ، ودائما رخيصة الثمن . ومعظم مبيعاتها لا تتم في محال بيع الكتب فحسب ، وإنما تباع على التفضد وعلى رفوف عرض الكتب حيثما يتجمع الناس .

٥ - **نواى الكتب وكتب الاشتراكات** (انظر الفصل الرابع عشر) : لاحظ ان هذه طرق نشر يمكن استعمالها لكتب عن اى موضوع تقريبا .

لما كتب نادى الكتب فهى عادة من النوع الذى نطلق عليه الكتب التجارية — اى للقراءة العامة . وكتب الاشتراكات فى الأغلب الأعم تدرج تحت فئة « مراجع » ، أو هى مجموعات من الكتب عن موضوع واحد .

٦ - **كتب المراجع** : هذه الفئة تتضمن المصاحم « القواميس » ، والموسوعات ، والأطالس وما شاكلها ، وهى عادة تتضمن مشروعا طويلا وغالى الثمن من التنمية التحريرية .

٧ - **الكتب الفنية والعلمية** : على الرغم من ان الكتب فى هذه الفئة قد تستعمل احيانا ككتب دراسية فى الجامعات — ومعدل بيع مثل هذه الكتب قد يمثل بندا رئيسيا من بنود الدخل للناشر — الا ان الميدان اوسع بكثير من ذلك .

وهى تشمل كل الكتب التى يسهم فيها العلماء والمهندسون والاختصاصيون الفنون بمعرفتهم مع غيرهم من اهل المهن العاملين فى الميدان .

ومن ثم فان الكتب قد تكون تقارير بحوث أو كتيبات * * * ، أو كتب مؤلفة مبتكرة تضيف جديدا الى المعرفة .

وفى كثير من الدول النامية ، فئمة تقليد استعمال كتب بالانجليزية أو الفرنسية ، بدلا من اللغة القومية للرجوع اليها فى هذه الميادين .

٨ - **نشر البحوث العلمية المتخصصة** : غالبا ما يستعمل هذا الاصطلاح لوصف الميدان الواسع للكتب التى يكتبها الباحثون والعلماء ، بما فى ذلك فئة « الكتب الفنية والعلمية » المذكورة آنفا .

* كلمة فنية هنا هى الترجمة العربية لكلمة Technical وليست لكلمة Artistic (الترجمة)
التي قد تتبادر الى ذهن القارئ .
* * * على غرار النوع المعروف بالدليل أو المرشد (مثل دليل المساح أو دليل المعلم أو دليل الموسيقار ومعلم جاز) .
(الترجمة)

وهذا هو نوع النشر الذى تمثله فى الدول الغربية أعمال مطابع الجامعات ،
ولكنه لا يزال فى بواكر أطواره فى الدول النامية .

وثمة دول فى أمريكا اللاتينية قد تقدمت فى هذا الضرب من النشر أكثر من
زميلاتها فى آسيا وأفريقية . ولكن يمكن القول بصفة عامة أنه حتى الآن ، فإن
معظم الدول النامية لم تستجب الاستجابة المرجوة ، لمكتبات نشر البحوث
العلمية عن منطقتهم وعلى يد علمائهم . فمثلا أحسن الكتب عن أفريقية
الغربية (التى تسود فيها اللغة الفرنسية) أو أهل أفريقية الغربية (الذين
يتحدثون الفرنسية) لا تزال تنشر فى باريس ، بدلا من دكاكر أو أبيدجان .

٩ - **كتب القانون** : يتفاوت الوضع تفاوتاً كبيراً من بلد لآخر . ولغة التعليم
المستعملة فى مدارس القانون عامل من العوامل ، ولكن هناك مسائل إضافية
تتعلق بما إذا كان القانون النابليوني أو القانون العثماني أو غيرها هو الذى
يستعمل كأساس ، وتتعلق بوضع القانون المدنى فى مواجهة الشريعة الدينية ،
والتأثير المتبادل للقانون المحلى والتشريعات القانونية العامة .

وبالنسبة لعديد من الدول النامية ، فثمة إمكانات واضحة ، لم تتحقق بعد ،
لانتاج كتب قانون تخدم الحاجات الخاصة لتلك البلاد على نحو لا يمكن للكتب
الأجنبية أن تقوم به بأى حال من الأحوال .

١٠ - **الكتب الطبية** : تستعمل اللغات الأوروبية (الإنجليزية والإسبانية
والفرنسية والبرتغالية) كلفة للتعليم فى معظم مدارس الطب فى الدول النامية .
ولأن الأطباء الممارسين قد تعلموا بتلك اللغات وتدرّبوا على المهنة بها ، فإنهم
يميلون بصفة عامة ، الى طلب كتب بنفس هذه اللغات لكى يداوموا على الاطلاع
والامتزادة فى ميادين تخصصهم .

بيد أن هناك عددا قليلا من مدارس الطب تستعمل لغات قومية غير أوروبية
للتعليم ، وهناك عدد كبير من مدارس التدريب للخدمات المساعدة ، مثل
التريض ، وأعمال الصحة العامة ، والصحة المدرسية ، تكون فيها الكتب
باللغة القومية ، ضربة لازب .

وعلاوة على ذلك ، نمت فرصتان خاستان للنشر الطبى فى الدول النامية : أحدهما هى وليد حقيقة أن معظم كتب الطب فى العالم تصدر من بلاد فى المنطقة المعتدلة ، فى حين أن كثيرا من المشكلات الطبية الخاصة للدول النامية ، تعتبر وقفا على المنطقة الإدارية .

والفرصة الثانية الخاصة تتعلق بما يسمى ميدان « الطب الوقائى » أى اعداد كتب التعليم والكتيبات للناس الذين هم أقل تدريبا مهنيا وتعلما من الاطباء ، ومع ذلك يسمون جامهدين ، وخصوصا فى المناطق النامية ، الى مساعدة الذين هم فى حاجة الى الخدمة أو العناية الطبية ، فى حالة عدم وجود الاطباء .

والكتب الخاصة بالاسعاف ، ورعاية الطفل ، و« ماذا تفعل حتى يحضر الطبيب » ، يمكن أن تكون مفيدة فى كل الدول .

بل وثمة امكانات أوسع فى تلك الدول التى تتبع رسميا خطة خدمات « الطب الوقائى » فى المحافظات .

مزيد من طرق النشر

ان قائمة أنواع نشر الكتاب ، التى سردناها فى السياق السابق ، هى بالطبع ، أبعد مما تكون من أن تكون كلمة .

وعلى أية حال ، فان خطوط التقسيم بين الأنواع المختلفة غامضة وملتبسة جدا .

والفرض الوحيد من سردها هنا هو الايحاء الى الناشر المبتدئ بالضروب المتنوعة المختلفة من الامكانات التى فى انتظاره .

وليس ثمة ما يدعو الى القلق على الاطلاق بشأن هل يندرج مشروع معين ضمن هذه الفئة أو تلك . فالكتاب المشار اليه أننا : ماذا تفعل حتى يحضر الطبيب يمكن أن يتناول ككتيب تجارى للبيع عن طريق محال بيع الكتب ، أو يمكن أن يصدر فى طبعة رخيصة للتوزيع الكبير أو يمكن انتاجه بصفة خاصة لكى يباع للقائمين بأمر خدمات وزارة الصحة « الوقائية » .

والشيء الهام هو كـتـب سيـخـنـم الجـمـهـور ، عـلـى نـحـو ما ، ثـم بـعـد ذـلـك
ايجـاد الوـسـئـل الـتـى تـجـمـل الجـمـهـور يـعـلـم بـوجـودـه ، ثـم جـعـلـه مـتـاحـا مـيـسـور
الـشـراء فـى كـل مـكان تـوجـد فـيـه الـزـيـاقـن .

وإبتـغـاء هـذه المـآرب ، فـان النـاشـر الذـكى لا يـشـغـل بـالـه فـى عـدد الاقـتـسام
والفـنـلـت ، وائـمـا يـركـز تـفـكـيـره فـى أـى الوـسـئـل والسـبـل أفضـل واحـسن بالنـسـبـة
لـكل كـتـب عـلى حـدة .

الفصل الحادى عشر

الكتب الدراسية

تستحق الكتب الدراسية اهتماما خاصا فى اى تفكير يتعلق بنشر الكتاب فى الدول النامية .

ذلك ان الخطوات الاولى نحو نشر الكتاب محليا فى اية دولة ، من المرجح ان تكون فى ميدان الكتب الدراسية . ولا جدال فى ان ناشر الكتب الدراسية جزء من النظم التربوى للأمة ، تماما وبقينا ، كالمعلم سواء بسواء .

فثمة ضرورة يفهمها ويسلم بها الجميع ، بالنسبة للكتب الدراسية أكثر مما هى بالنسبة لاي نوع من الكتب قاطبة .

وتلك الضرورة ، مقترنة بالعدد الكبير من الأطفال فى المدارس ، تهيم امكفات اقتصادية لنشر الكتب الدراسية لا توجد فى اى فرع آخر من فروع صناعة وتجارة الكتب .

ولكن هذه الامكفات تواكبها ايضا بعض الاخطار الاقتصادية ، وضروبا من الاجحاف او الخسارة فى الاعمال التجارية تفوق كل الميادين الأخرى .

فالناشر الذى يريد أن ينتج كتابا دراسيا جيدا يجب عليه ان يضع رأس مال كبير فى عملية الاعداد التحريرى ، ويتعين عليه أن يصبر على بقاء ذلك الاستثمار لمدة أطول من الزمن كما هى الحال فى النشر التجارى .

ثم ان تجارة الكتب الدراسية الى حد كبير ، من المفروض ان يتم فيها ثلثا المبيعات تقريبا فى فترة لا تتجاوز ثلاثة اشهر . وربما يؤدي الناشر كل

ذلك العمل ، وينفق كل ذلك المال ، دون أن يعلم بالتأكيد ، أنه سيبيع
أى بيع .

إن أية قصة من النوع الذى لا يزيد عن كونه مقبولا الى حد ما ، لابد
وإن يباع منها عدد ما ، فى حين أن الكتب الدراسى ، حتى ولو كان يبدو أنه
أحسن كتب موجود ، قد لا تباع منه نسخة واحدة على الإطلاق ، إذا اتبعت
السلطات التعليمية — وفى حالات كثيرة تكون هذه السلطات هى وزارات
حكومية — نظام « تقرير كتب دراسى واحد » فى تلك المادة على ذلك
المستوى ، وتصادف أن اختيارها لم يقع على هذا الكتاب بالذات .

وسوف نعلق فى نهاية هذا الفصل على المشكلة العامة للمنافسة من
أجل « الكتب المقررة » ، ولكن حتى فى مستهل هذا السياق ، يجب علينا أن
نؤكد أن أعظم فرق اقتصادى بين نشر الكتب الدراسى ومعظم الأنواع
الأخرى ، هو الطبيعة التنافسية الشديدة فى تجارة الكتب الدراسية .
إن الشخص الذى يقرأ قصة ، خليف ، على الأرجح أن يقرأ أخرى ، فى
حين أن الأبوين اللذين يشتريان كتابا دراسيا فى الحساب للصف الخامس ،
لطفلهما ، لا يمكن تصورهما كزبوينين لكتاب دراسى آخر فى الحساب للصف
الخامس .

وهذا الاعتبار يقودنا الى تعليق عن الفروق فى نشر الكتب التعليمية على
مستويات المدرسة المختلفة .

وثمة فروق اقتصادية من ذلك النوع الذى أشرنا اليه ، أى فروق فى درجة
التنافسية ، ولكن هناك أيضا فروقا فى الحياة الى أن تتأصل الكتب بحيث
تكون ممتدة الجنور فى ثقافة البلد المعنى ، ومن ثم تتفاوت الرغبة فى تقبل
الكتب الأجنبية .

وثمة سلم تصاعدى موصول من المدرسة الابتدائية الى الجامعة ، وكلما
ارتفع المرء فى هذا السلم كان من الأسهل ، خصوصا فى مواد معينة ،
استعمال مؤلفات أجنبية .

وفي حالة الكتب المدرسية ، فله على الرغم من أن البداىء التربوية العامة المتبعة قد تكون واحدة في الكتب الأجنبية أو الكتب المحلية ، إلا أن المحتوى ينبغي أن ينبثق من الثقافة المحلية ، وأن يكون له مخرى بالقياس الى خبرة حياة الأطفال الذين يستعملونها .

وعلى نقيض ذلك ، فإن كتابا دراسيا في الكيمياء مثلا ، على مستوى الجامعة ، قد يكون نانعا ومطلوبا سواء بمواء (اذا كانت لفة كتابته الاصلية ميسورة الفهم ، أو ترجم ترجمة سليمة) في بريطانيا أو بورما أو بوليفيا ، ايا ما كان البلد أو الأصل .

وعلى هذا فإن أعظم الامكانات المتاحة لنشر الكتب الدراسية الاصلية ، إنما تكون على مستوى الابتدائي في معظم البلاد ، وتليها في ذلك على مستوى الثانوى والمدارس المتخصصة : وأقلها على مستوى الجامعة .

ولقد تحدثنا مرات عديدة في هذا الكتاب عن وظيفة الناشر كموجه ومشرف على الخطة الكبرى في نشر الكتب ، ووضع الاستراتيجية ومسؤوليته في تنظيم وتنسيق عمل الشركاء المتعددين .

وإن الحاجة الى ذلك النوع من القيادة ، في ميدان نشر الكتب الدارسية ، لتتفوق كل ضروب الحاجات الأخرى في كل الميادين الأخرى الخاصة بالنشر .

ذلك إن مواهب الناشر ، كدبلوماسى ومعلم ، ورجل أعمال ، كلها مطلوبة ، وكلها في سباق مع الأخرى .

وفوق ذلك كله ينبغي له أن يكون قادرا على فهم الحاجات التربوية ، ومن ثم يقود فريق المحرر والمؤلف والمصور والطباع في انتاج كتاب خليف بأن يشجع تلك الحاجات .

ونشر الكتاب الدراسى ، يعتبر طبعا مثل نشر أى نوع آخر من الكتب في وجوه كثيرة ، وليس من شك في أن كثيرا من الأفكار العامة التى ورد ذكرها في الفصول السابقة ، قابلة للتطبيق تماما على الكتب المدرسية .

أما هذا الفصل الراهن فقد وضع بصفة خاصة ، لمناقشة بعض الفروق والاختلافات في الاعداد التحريري وكذلك في الترويج والبيع .

وقد يحدث من حين لآخر أن كل عملية إنتاج كتاب دراسي قد تبدأ بتقديم مخطوط للناسر يستقر الرأي على أنه مقبول .

وعلى الرغم من أن ذلك لا يحدث كثيرا ، فإن فحص المخطوطات المقدمة خليق بأن يكون ذا فائدة عظيمة .

وحتى ولو كانت المخطوطات تنفسها ميتوسا منها ، ولا تبشر بأي جدوى حسب مقتضيات النشر ، فربما تؤدي الى افكار مرتبطة تفضي الى انواع مخططة من الكتب ، او تفتح مسالك الى كتاب جدد لم يكونوا في الحسبان .

فاذا افترضنا أن الخارق والشاذ وغير المعتاد لا يحدث الا نادرا ، وأن لازما على الناسر أن يأخذ المبادرة في خلق مخطوط لم يوجد بعد ، فاليك الخطوات العادية التي تتبع في اعداد وانتاج وتوزيع كتاب دراسي جديد ، نوجزها فيما يلي :

١ - اختيار الموضوع :

أن ناسر الكتاب المدرسي الناجح ، رجل اعمال ذكي ، ولكنه اكثر من ذلك .

انه ايضا معلم ورجل تربية ، مؤهل لذلك بحكم عمله وثقافته ، وبطبيعته تكريسه واخلاصه للتفويض بالتعليم ورفع مستواه .

واذا لم يكن هو مزودا بهذه الثقافة التربوية ، فيتمتع عليه أن يكون له محرر للكتب الدراسية او عضو ضمن هيئة موظفي الدار في مركز رئيسي يعطيه في الواقع من الامر سلطة كلية لاتخاذ كل القرارات المتعلقة بالنواحي التربوية للكتاب .

ولكي يعرف الناسر حاجات السوق التي تتطلب اشباعا بالقياس الى الكتاب الدراسي ، فمن الجلي أنه خليق به أن يلم بالنظام التعليمي لبلده المما كينيا .

وليس يكفى ان يرى ما يجرى وما يحدث وما يتم ادائه في الآونة الحاضرة ،
وانما ينبغي له أيضا ان يعرف الاتجاهات السارية في التفكير وما تولى اليه
بالنسبة لحاجات المستقبل ، وأن يلم بتغيرات المناهج التى هى موضع
تخطيط وتدبير ، ويطرق ووسائل التعليم الجديدة التى هى موضع نظر ،
وهلم جرا .

وانه لمن العبث اعداد كتب مطالعة بالفرنسية لتلاميذ الصف الأول
الابتدائى بمدارس المغرب : مثلا ، اذا كتبت خطة التربية الجديدة قد رسمت
على أساس تغيير لغة التعليم الى العربية فى ذلك الصف ابتداء من العام
التالى .

٢ - اختيار الفريق ، لاعداد المخطوط

واذا تصلف ان كان النشر أو محرره ، قد سبق له العمل بمهنة التعليم
فى مادة معينة — التاريخ أو الرياضة أو اللغة ، الخ — قبل الالتحاق بمهنة
النشر ، فمن الطبيعى أن يكون القائم بعمل المحرر الاصلى بالنسبة لتلك
الكتب .

اما اذا كان على خلاف ذلك ، فهو مقيم بأن يستشير خبراء متخصصين ،
حتى فى اثناء المرحلة الاولى لتقرير أى من المخطوطات ينبغي اعداده .

وبعد اتخاذ ذلك القرار فان اختيار المحرر للاشراف على اعداد واناك
الكتاب هو اهم عمل نشر فى الكتاب الدراسى .

وقد يكون المحرر موظفا يعمل طول الوقت فى دار النشر . او يعمل على
اساس جزء من الوقت لهذا الغرض بالذات ، بحيث يتناول اجرا لقاء هذا
العمل ، او احيانا نصيبا معلوما من حقوق الطبع والنشر على اساس المبيع
من الكتاب فى النهاية .

والمعلمون هم أكثر فئات الناس الذين يستخدمون فى هذا الغرض .
ولهم ميزة واضحة فى هذا المضمار لصلتهم الوثيقة بالسبيل التربوى .

بيد أنهم ينبغي أن يكون لديهم أيضا — أو يزودهم الناشر — بفهم لسبيل النشر — بما في ذلك ، على الأقل ، الاسس الاقتصادية لنشر الكتب .

ولا مراء في أن دور الناشر دور بالغ منتهى الدقة : فهو « رئيس الفريق » بمعنى خلق الكتاب الدراسي ، وهو يتفق معهم على الكفاة ، وعادة ما تكون على اسس نصيب طبقا لكمية المبيع .

ومن المرجح أيضا أنه يستدعى مستشارين لمراجعة أحكامه وأحكام مؤلف الكتاب .

وعادة ما يتقاضى المستشارون أجورا على أساس مقدار الوقت الذي يعطونه .

وقد يكون المستشارون مفتشى وزارة التربية ، أو خبراء قارئین من احدى كليات المعلمين ، أو معلمين من العاملين في ميدان المادة التي وضع فيها الكتاب .

وبعد ذلك ، يمين الناشر رساما أو مصورا قد يكون هو نفسه مصمم الكتاب (انظر الفصل السادس) ، وعاد ما يتقاضى أجره على أساس مبلغ محدد بالاتفاق حسب كمية ونوع العمل .

فاذا كان المصور أو الرسام لن يعمل أيضا كمصمم ، واذا كانت دار النشر مؤسسة صغيرة ليس لها مصمم ثابت منتظم في هيئة موظفيها ، فربما يرغب الناشر ، حتى في هذه المرحلة المبكرة ، أن يقرر اختيار الطابع الذي يراه مناسباً .

وبهذه الطريقة ، فإن معرفة الطابع بالمشكلات الفنية تصبح في متناول يد بقية الفريق في أثناء مرحلة التخطيط .

وهذا هام ، طبعا ، ليس فقط من أجل مظهر الكتاب ، ولكن في تقدير مسائل الكلفة التي سوف تتجم دائما كلما اتخذت قرارات بشأن تفاصيل الإنتاج .

وحيث أن يكون الناشر قد جمع فريقا كبيرا نوى معرفة ومهارات متخصصة ،
في وسعه أن يستقى منها جميعا ويلخذ منها مددا موصولا لانتاج أحسن
كتاب دراسى مستطاع .

وثمة تحذير لازم في هذا المقام بشأن الضرر الناجم من «قرارات اللجنة» .
فهناك خطر ضياع وتبديد القرارات الفردية الشخصية في خضم الجباعة .

وقد تكون الحصلة النهائية في تلك الحالة ، هي أداء أو عملا مفتقرا الى
الالهام والابتكار ، متعبا القواعد الدارجة التي لا تحوج الى رأى أو اجتهاد .
وليس في وسع أى عضو من اعضاء اللجنة أن يعارضها ، ولكنها تحول دون
انبثاق افكار غضة طازجة حقا ، تتميز بشحذ الهمم وتحدى الجهود . وفي
كثير من الدول التي قطعت شوطا ملحوظا في مضمار صناعات الكتب ، حدث
رد فعل واضح ضد الكتب التي اتبع في انتاجها سبيل القواعد الدارجة الخالية
من كل الهام أو ابتداع .

وثمة محاولة في الآونة الحاضرة لاعادة وضع المؤلف في مركز مسرح
الاحداث ، بحيث يتسنى لعبقريته ، وقباحتها من كل قيد ، أن توقظ العقول
الفنية .

وبعبارة أخرى فإن الناشر الحصيف ، على الرغم من قيامه بدوره « كرئيس
للفريق » يملك سلطة اتخاذ القرارات النهائية ، الا انه قمين بأن يفسح
المجال — على اوسع نطاق متاح — للمؤلفين المبتكرين ذوي الفكر المخليل
الذين اختارهم لكي يقوموا بهمة الكتابة .

٣ — رسم الخطوط الأساسية للكتاب

بعد اختيار اعضاء الفريق ، ولكن قبل البدء في الكتابة ، يجب الوصول الى
اتفاق على عدد كبير من المسائل .

فاذا كان من المزمع تخطيط اصدار سلسلة ، فلا بد من الاتفاق على عدد
مجلداتها ، ومحتوى وحجم كل منها — وريط ذلك دائما بالنتائج الدراسية

الرسمى والتعميلات أو المراجعت المحتمة فى المستقل . ثم بعد ذلك يعود الى نفر من المؤلفين بكل مجلد على حدة .

وثمة قرار من أهم القرارات التى تتخذ ، فى الاعتبار الاقتصادى ، وكذلك فى الاهلية التربوية ، يتصل بالرسوم والصور التوضيحية : كم عددها ، وبأى وسيلة وأى نوع من الطبع يستعمل فى نقلها أو نسخها ، وكم عدد الألوان ، وأين توضع فى الكتاب ، وهلم جرا .

ويجب أن تكون لدى كل عضو فى الفريق فكرة واضحة عن العمل الذى يسهم به ، وكيفية ارتباطه بعمل الآخرين .

ويجب الاتفاق على جدول مواعيت للعمل ، ليس فقط لى يؤدى كل طرف من الأطراف عمله فى الوقت المناسب دون تعطيل للآخرين ، ولكن أيضا لضمان أن رأس مال الناشر المستثمر فى أثناء هذه المرحلة الاعدادية لا يحتبس فيها الا لاتصر مدة ممكنة .

وفى رسم الخطوط الرئيسية للتصميم والانتاج ، فان سعر بيع الكتاب يعتبر طبعا ، من أهم العناصر التى ينبغى أن توضع نصب أعين الجميع .

وفى كثير من البلاد ، فان شراء الكتب المدرسية يكون فى يد وزارة التربية والتعليم ، ودائما ما تكون ميزانيات الوزارة تحت وطأة ضغط كبير .

وفى بلاد أخرى ، على الرغم من أن الوزارة أو المدارس قد تختار الكتب ، الا أن آباء الأطفال هم الذين يتعين عليهم شراؤها ، وهم لا يستطيعون ذلك الا بتضحية كبيرة .

ومن ثم فان اختيار الوزارة أو المدارس خليف بأن ينبغى أساسا ، دائما ، أو على الأقل جزئيا ، على سعر البيع ، سواء بسبب الميزانية أو لأنهم يعرفون مستوى الدخل المنخفض لفئة الآباء المتوسطين .

ومن ثم فان أفكار فريق التحرير لاتنتاج كتب مشوقة وجذابة ، يتمتع دائما

أن يحكم عليها ليس فقط بالقياس الى ميزتها وقيمتها وجدواها الذاتية ،
ولكن أيضا بالقياس الى النفقة .

ان قصة او كتابا تجاريا يبدو انه باهظ التكاليف ، ومن ثم غالى الثمن ،
خليق بأن يفقد بعض مبيعاته ، ولكن كتابا دراسيا غالى الثمن جدا قد ترفض
الوزارة الموافقة عليه ، ومن ثم لا يباع على الإطلاق !!

وفينا يلى نقدم لك ثلاثة أمثلة لمسائل قد يواجهها الفريق في وزن جانبية
الكتاب وفعاليته التربوية في كفة ، وتكلفته وشمته في كفة أخرى .

يقرر الفريق أن الكتاب ، من الناحية المالية ، ينبغي أن يستعمل الألوان
السادة والألوان المظلة للرسوم التوضيحية . ولكن الناشر يعرف أن في وسعه
أن يوفر نسبة مئوية من الكلفة في كل نسخة في طباعة ٥٠٠٠ نسخة اذا استعمل
نوعا معيناً موجوداً من الورق . بيد أن الألوان المظلة اذا طبعت على ذلك
الورق فسوف تبدو كالوحد ومنفرة . وبعد مناقشة طويلة مع فريق
التحرير ، يرى المحرر أن كل فكرة تحتاج الى رسوم توضيحية يمكن عرضها
بوساطة رسم بالخطوط فقط ، دون حاجة الى الألوان المظلة . وعلى هذا
يرجع الناشر كفة الورق الأرخص بدون الألوان المظلة ، الأمر الذي يترتب
عليه سعر بيع أرخص للكتاب .

مثال ثلث ، قد يقرر الفريق أن الكتاب الدراسي الجديد ينبغي أن يقتصر
بدليل للمعلم يزود فصلا فصلا باقتراحات عن كيفية استخدام الكتاب ،
والمناسبات المختلفة في قاعة الدرس التي تجعل تعليم المادة أكثر جدوى
وفاعلية ، وكذلك (اذا كان ثمة مكتبت مدرسية في البلد) قراءة اضافية
مشوقة للأطفال ومفيدة تربويا في آن . واتفق المؤلفون على اعداد دليل
المعلم بدون تغلفي أجر اضافي لقاء هذا العمل ، ووافق الناشر على تقديم
نسخة مجانية من الدليل لكل معلم يستعمل الكتاب كمبرر دراسي .

وكلفة انتاج هذا الدليل أو الكتيب يجب أن تسترد من دخل مبيعات الكتاب
الدراسي .

وعلى هذا فان كلفة الدليل أو الكتيب يجب أن تنخفض الى الحد الأدنى لتتلافى
ضرورة زيادة سعر بيع الكتاب الدراسي .

وبعد المناقشة مع الفريق عفاً الناشر يقرر أن الجانبية المادية في دليل المعلم
ليست هامة بالنسبة للمعلمين مثلما هي بالنسبة لكتب قراءة الاطفال ، وأن دليل
المعلمين يمكن نسخه بالآلة الكاتبة وعمل نسخ منه بثمن مخفض ، ولكن
بطريقة الـ mimeograph مثلاً .

وقد يقرر الفريق أن الطبع يلونين أمر مرغوب فيه وله ما يسوغه . وأية ذلك
أن الكتب المستوردة التي تم فحصها وجد أن بعضها يستخدم أربعة ألوان .
وشهد خبراء التربية من أعضاء الفريق بالآثر المهم للألوان في إثارة اهتمام
وشغف الناشئة من القراء . ولكن استعمال لونين خلق بزيادة سعر البيع
بنسبة ٢٥ في المائة أو أكثر ، والناشر يخشى أن مثل تلك الزيادة قد تسبب كساد
الكتاب فلا يباع . وعلى هذا فهو يحث الفريق على إعادة النظر ، والتفكير في
طرق أو وسائل أخرى ، الى جانب اللون ، لإثارة اهتمام وشغف المتعلم .
ويستجيب الفريق الى هذا التحدى باقتراح اعطاء مزيد من الاهتمام لرسم
الأبيض والأسود ، وادخال أمثلة حية نابضة ذات مناظر متعددة في تنظيم
المتن وأشكال توضيحية على الصفحة .

ومن ثم يتخذ قرار بالاستغناء عن اللون الثاني ، الا بالنسبة لكتاب السنة
الأولى التحضيرية ، ذلك أن هذا الكتاب يكاد يتألف في مجوعه من كتب
صور ورسوم على لية حال ، واللون يعتبر فيه عاملاً جوهرياً . ومع ذلك
فإن زيادة ٢٥ في المئة في السعر تبدو ضريباً من الحال .

ولتعبير هذه التكلفة الإضافية في ذلك الكتاب الأول من السلسلة ، فربما
يقرر الناشر انقلص حجم الكتاب من ٩٦ الى ٦٤ صفحة .

٤ - المخطوط الأولى والنسخة الأولية

عندما يتم وضع المخطوط الرئيسية ، تنتقل المسؤولية مؤقتا الى المؤلفين .

وفي الأمسيات أو في أيام نهاية الأسبوع ، أو كلما وجدوا نسخة من الوقت للكتابة ، فإن الناشرين يشرعون في تحويل المخطوط الرئيسية والخطة الموضوعية الى صفحات حقيقية في شكل مخطوط .

لقد بدأ سبيل الكتابة الخلاق .

ويظل الناشر على صلة وثيقة بالمؤلفين في أثناء تلك الفترة . وهو يبذل كل ما في وسعه للدفع قدما بالكتابة ، وللمساعدة المؤلفين على التغلب على مشاعر الاحباط أو القلق التي كثيرا ما تساورهم في هذا الضرب من العمل .

وقد يستدعى نقرا من المستشارين لتوضيح ما قد يعنى من القباس أو غموض في خطة الكتاب الموضوعية . ويكاد يكون من المؤكد أنه لابد وأن يعقد سلسلة من الاجتماعات لتبادل الرأي مع المؤلف والرسام .

وأخيرا اذا اكتملت الكتابة في صورة مخطوط ، عادة ما يكون في فصول متفرقة ، فانه يتخذ سبيله الى مكتب دار النشر ويظهر في الطور الأول من مراحل نموه . وبعض المخطوطات في هذا الطور تكون المعية ذكية ، والبعض الآخر يفرض مشكلات تتطلب لباقة وخيال المحرر وهو يعمل مع المؤلفين والمستشارين في مراجعة المادة .

وفي بعض الحالات الأخرى قد يجد من الضروري اجراء بعض التغييرات بتغيير مؤلف جزء واعطاء الجزء لمؤلف آخر بحيث يعهد الى كل منهما بكتابة جزء الآخر ، بل وقد يأتى بمؤلفين جدد .

وأخيرا يكتمل المخطوط الأولى والرسوم وتصبح في صورة جاهزة .

وفي هذه المرحلة تكون انتقادات المستشارين وغيرهم من القراء الفاحصين قد نظر في امراها ووضعت موضع الاعتبار ، وتم اجراء التغييرات والتعديلات

المطلوبة ، اذا كان لها ما يسوغها بسبب تلك التعليقات • وفى هذه المرحلة ايضا يكون اسلوب كتابة المتن قد فحص فحصا دقيقا ، وتكون الرسوم التوضيحية والشرح قد درسها وفحصها المؤلفون والمستشارون •

وأخيرا يبلغ المخطوط النقطة التى يبدو عندها مقبولا الى اقصى درجة فى وسع الفريق برمته • ولكن أهم ناقد - لم يؤخذ رأيه بعد - ولم تتم استشارته - الا وهو الطفل نفسه •

ان المال الذى يستثمره الناشر فى اعداد الكتاب ، يعتبر مبلغا كبيرا جدا ، ثم ان كلفة انتاج الكتاب فى طبعة كبيرة الجدد لا بد وأن تضيف المزيد الى هذه المخامرة المحفوفة بضرور الاحتمالات ، الأمر الذى يجعل اختيار نسخة اولية على محك التجربة مسألة بالغة منتهى الدقة بالنسبة للكتب الدراسية ، خصوصا على المستوى الابتدائى •

والنقطة الاضافية التى تنفق فى هذا السبيل ، قيمة بأن تثبت فى كثير من الاحيان أنها وفرت مالا فى نهاية المطاف كان خليقا بأن يضيع لولا هذا التحوط •

وما اكثر اجزاء مخطوط ما التى لا يستطيع ان يفهما الأطفال •

وما اكثر الاجزاء التى تبدو لفظة شبيهة عند الكبار ، وهى لا تنتج الا الملل والسأم والتفوق عند الناشئة من القراء •

وفى هذه المرحلة من دورة التجريب فان الناشر يحاول التماس عون اثنين من المعلمين الانكياء ، وليكن من ثلاث مدارس مختلفة وفى مناطق مختلفة ، تكون لديهم الرغبة والمقدرة على اختبار الكتاب مع طلابهم •

والشرط الاساسى اللازم توافره فى هؤلاء المعلمين هو الجيدة التامة ، بمعنى الا يكونوا ضمن من اشتركوا فى اعداد المخطوط حتى يكون الحكم موضوعيا نزيها ما أمكن •

فاذا جرب كل معلم النسخة الاولى فى فصله ، فان المادة تكون ، من ثم ، قد اختبرها ما يتراوح بين ٢٠٠ و ٢٥٠ طالبا •

وعادة ما يقدم الناشر النسخة الاولى مجانا ، ثم يدرج ثمن ذلك فى حسابه للمجموع الكلى للنفقة عندما يحدد ثمن بيع النسخة العادية فيما بعد .

وعادة ما يعاون المعلمون فى التجربة بلا مقابل مدى على سبيل الاسهام فى تحسين التربية .

ومن الطبيعى أن الناشر ينتج النسخة الاولى فى أرخص شكل ممكن ، مثل النسخ بطريقة الكحول أو ورق الشمع ، أو (اذا وجد) بطريقة النسخ الجاف xerography

• - النسخة الأخيرة

ما لم يظهر اختبار النسخة الاولى وجود اخطاء تتطلب اعادة كتابة شاملة ، الامر الذى يجمل نسخة اولية اخرى لازمة ، فان المخطوط يكون قد بلغ الآن نهلية شوطه الطويل .

وثمة مراجعات بسيطة تتم فى المتن نتيجة لتجربة قاعدة الدرس ، ثم يضع الرسام عمله الفنى فى شكله النهائى . بل ان نفس الخطوات فى التصميم والانتاج التى سبق تناولها فى الفصلين السادس والسابع تتبع بمزيد من الدقة والعناية فى حالة الكتب الدراسية اكثر مما هى الحال فى الكتب الأخرى .

ويعد المصمم - الرسام نموذجا للكتاب بأكمله لكى يوضح للطباع ، صفحة صفحة ، كيفية تنظيم الطبع والرسوم التوضيحية بالضبط .

وليس ثمة كتاب أحق بالتاكيد من دقة قراءة تجربة الطبع ، اكثر من الكتاب الدراسى . ذلك أمر فى غاية الأهمية بالنسبة لجميع الكتب عموما ، وبالتالى الى الكتب الدراسية خصوصا ، ليس فقط من قبل الطباع ولكن أيضا من قبل المحررين والمؤلفين .

وعندما يحين لوان بدء عمل المطبعة ، فمن الاوفق أن يكون المصمم - الرسام حاضرا فى دار الطباعة للتثبت من وجود الرسوم فى مكانها الصحيح بالضبط ،

ومن اعتدال واستواء اللون الأسود في الطباعة ، وغير ذلك من التفاصيل الأخرى .

وهذه اللحظة حاسمة في تاريخ الكتب ، اذ عندها يكون في وسع الناشر ان يصر على نفس المستوى الرفيع للأداء من الطباعة ، الذي اصر عليه من فريق التحرير طوال المراحل السابقة من أول الامر .

بل في الواقع من الامر ، ليس من غير المألوف في بعض البلاد ان يتولى ممثل للناشر عملية المراقبة والاشراف طوال فترة طباعة الكتب .

٦ - الترويج والبيع

من ضمن مزايا نشر الكتب الدراسي بالقياس الى الأنواع الأخرى هو ان الذين يبيدهم زمام السوق ، من السهل التعرف عليهم والوصول اليهم .

فموظفو وزارة التربية والتعليم ، ونظار المدارس والمعلمون — هؤلاء هم الذين يشترون الكتب المدرسية أو يختارونها أو يوافقون عليها ، ومن ثم يتسببون في شراء الآخرين لها .

وأولئك الناس الذين يؤثرون في بيع الكتب الدراسية عددهم قليل نسبيا ، والمسالك المؤدية اليهم مفتوحة امام الجميع .

وعلاوة على ذلك ، فانهم باعتبارهم من اهل مهنة التربية المتخصصين ، فهم خليقون بأن يكونوا في غاية الاهتمام بتعلم اساليب جديدة وطرق جديدة في التعليم .

والسبل المستعملة في اعلام هؤلاء المسكين بزمام هذا الامر واصحاب النفوذ والتاثير في البيع ، بكتب جديد ، تكاد تكون واحدة في معظم البلاد :

١ - نسخ التقرير الى المجلات التربوية المناسبة ، القومية والدولية .

٢ - الاعلان في المجلات المهنية . ويختلف الناشر بشأن قيمة هذا النوع من الاعلان ، ولكنه في الواقع من الامر يتيح الاعلان في مثل هذه المجلات قبل

ظهور أى تقرير بوقت طويل ، بل ان الناشر — اذا اراد — يمكن ان يجعل هذه الاعلالت تظهر قبل نشر الكتاب .

٣ - رسائل بالبريد للموظفين الرسميين القريبين ، ونظار المدارس الخ .
وعلاوة على هذه الرسائل الخاصة بالبريد عن كل كتاب جديد الى هذه الاسماء المدرجة فى قائمة النشر ، فانه عادة يرسل كتالوجا سنويا بالبريد يحتوى كل كتبه المدرسية .

٤ - المعارض فى الاجتماعات المهنية .

٥ - نسخ التقديم . على الرغم من ان بعض الناشرين يجنحون الى ان يجعلوا ايديهم مغולה فى اعطاء نسخ مجانية لاغراض الترويج — ويفرطون فى الحذر فى هذا الصدد الى حد الشح . وليس من شك فى ان العملية باهظة التكاليف ، الا ان اغلبيه اهل الخبرة فى ميدان نشر الكتب الدراسية يرون ان هذه الطريقة هى اهم سبل الترويج وأكثرها فعالية . ذلك انها تضع فى ايدى الزبون المرجو النفع المأمول الكسب من حيث امكاناته المقبلة نسخة من الكتاب ذاته ، بلحمه ودمه ، لكى يتسنى له الالمام به ، على أمل ان يختاره ويذكره .

٦ - اتصالات مندوب البيع : يتصل ممثل أو مندوب الناشر (سواء اكانوا يعملون على أساس طول الوقت أو بعض الوقت ، وسواء اكانوا يتقاضون مرتبات شهرية ثابتة أم يعملون على أساس نسبة فى الارباح حسب البيع) ، اتصالات مباشرة أو غير مباشرة ، شخصية برجال التربية ، ويحملون معهم نسخا من الكتاب ويشرحون مزاياه .

وحتى الناشر الصغير للكتب الدراسية قد يضطر لاتخاذ هذا السبيل ، خصوصا فى طرق ابواب المدارس فى المناطق النائية ، اذا كان اختيار الكتب فى يد كل مدرسة على حدة ، وليس بوساطة وزارة مركزية . واذا كان تقرير الكتاب الدراسى مركزيا ، فلن رئيس دار النشر عادة ما يجسرى اتصالاته ومفاوضاته ومعاملاته مع الوزارة ذاتها .

وإذا تمت الموافقة على أكثر من كتاب ، فإن كل ناشر خليق بأن يزود نفسه بأحسن تمثيل في وسعه فينوب عنه ممثلوه في طول البلاد وعرضها ، ابتغاء أن تعرف المدارس ويأتمرو للكتب مزايا كتابه والتأكد من جعله في متناول أيديهم .

وعلى الرغم - كما أشرنا في مستهل هذا الفصل - من أن الكتب الدراسية يتعين أن تتجه اتجاهها قوميا ومن ثم فإن السوق المحلية هي مناط اهتمام ناشر الكتاب الدراسي ، إلا أن هناك إمكانات متاحة للتصدير .

وهذه الإمكانيات تكون طيبة ، على الأخص ، عندما تكون اللغات القومية واحدة ، وتكون هنالك أوجه شبه أساسية في الاقتصاد القومي والثقافة القومية . وإذا كان سوق التصدير محدودا وصغيرا ، فخير ما يفعل لخدمة هذا السوق هو بيع نسخ من طبعة الناشر الأصلية .

أما إذا كان سوق التصدير كبيرا ، فإن الناشر الأصلي خليق بأن يخول ناشرًا في بلد آخر سلطة إصدار طبعته الخاصة من نفس الكتاب ، وربما بشيء من التعديل أو التصرف ليحتمل الكتاب أكثر قبولا ورواجا في البلد الجديد .

وهذا الترخيص بطبع ونشر طبعات أجنبية ، والتي عادة ما تكون على أساس دفع أجر لقاء حقوق الطبع والنشر ، قد يكون جزءا من سبيل مزدوج من التدفق الثنائي .

إن شبكة من مثل هؤلاء الناشرين المتعاونين خليقة بأن تنجب في المدى الطويل مناهزة عملية للنشر الإقليمي الذي يعطى اقتصاديات هائلة وفرصا مديدة الأجل للتقدم في النشر . وهذه الطريقة جذابة بصفة خاصة إذا كتبت الكتب ذات صفحات كثيرة الألوان يمكن انتاجها بثمن رخيص في مكان واحد لطبعات نشرين مختلفة ، على الرغم من أن بقية الكتب تصنع محليا في كل على حدة .

٧ - تقرير الكتاب الدراسي

إن ناشر الكتاب الدراسي ، في تدبيره لراسمال كبير يستثمره في كتاب جديد أو سلسلة من الكتب ، ينبغي طبعا أن يكون عنده تأكيد من السلطات الرسمية

بأن كتابه سيوافق عليه رسميا أو يقرر رسميا ، إذا قام بهذه المغامرة • بل انه ربما يسمى في أن يكون كتبه أو سلسلته هي الوحيدة التي يقع عليها الاختيار ، ومن ثم تضمن له احتكرا .

وهذا الموقف من جانب الناشر ليس فقط مفهوما ومعتبرا لانه يريد أن يظل مغامرته ومجازفته الى الحد الامنى ويزيد من ربحه ، ولكن ثمة حجة أخرى في هذا الصدد يمكن أن تقال دفاعا عن قضيته ، وهي أن مثل هذا الاستئثار في الاختيار قد يكون من المصلحة القومية .

ويمكن الإشارة الى أنه قد تكون ثمة مزايا تربوية ومالية عن طريق التركيز على كتاب واحد أو سلسلة من الكتب بدلا من تبديد الموارد على العديد منها .

ويمكن أن تساق حجة أخرى بأن من الممكن توفير الكثير من النفقة وذلك بانتاج طبعات كبيرة من عدد قليل من الكتب بدلا من طبعات قليلة السند من كثير من الكتب •

وهذه الحجج مشروعة وصحيحة وتستحق الاعتبار الجدى •

بيد أن الناشر خليق بأن يدرك في نفس الوقت أنه إذا اتبع مبدأ تقرير كتاب معين دون سواه ، وتصادف أن كتبه لم يكن الكتاب المختار ، فإن ابواب السوق توصل في وجهه .

ثم ان مصلحة الناشر التربوية المهنية خليقة بأن تبين له ميزة « التنافس في التفوق والاتفاق » بين الكتب •

وهو يعرف أنه اذا منعت الموافقة الرسمية لكتاب واحد فقط ، وغمرت أعداد كبيرة منه سوق التداول فستكون ثمة مقاومة كبيرة للتغيير ، بصرف النظر عن الحاجة الى مراجعة الكتاب أو تنقيحه أو وجود كتاب أحسن منه •

ولهذه الأسباب ثمة سعى موصول لحل وسط نحو ما يرضى كلا الطرفين في آن واحد •

ثمة حاجة لسبيل يتحاشى الآثار الضارة المخدرة لطريقة الموافقة على كتب واحد دون سواء ، وفى نفس الوقت يتحاشى أيضا التبديد المالى للتبذير فى نشر أعمال تنافس تنافسا مباشرا .

ومن بين هذه الحلول الوسط ، حل يتضمن الموافقة التمهيدية لا الإحادية (ولكن فى نطاق عسدد محدود لا يتجاوز أربعة أو خمسة كتب) من جانب سلطة مركزية ، مع توافر الحرية لكل مدرسة على جودة ، أو طائفة من المدارس لتقرير كتبها الواحد المختار من بين قائمة الكتب التى ووفق عليها مركزيا .

وهذه الطريقة تبشر بالخير بصفة خاصة ، عندما يكون هناك عدد كبير من نظم المدارس المنفصلة ، كما هى الحال فى نطاق كل ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية ، أو فى نظم المدارس الخاصة التى تتبع كل منها نظاما مستقلا عن غيرها مثل مدارس الحكومة والمدارس التابعة للكتيسة والمدارس الأهلية فى كثير من البلاد الأمريكية .

وكجزء من أية خطة مثل هذه ، فينبغى أن يكون ثمة فهم واضح بأن أية موافقة ، على أى مستوى ، إنما هى لأجل مسمى ، عادة ما يكون زهاء أربع أو خمس سنوات .

وهذا الاتفاق على مدة الأجل الذى تكون فى أثنته الموافقة سارية المفعول له ميزة مزدوجة ذات شقين : فهى تضمن للنشر سوقا راسخة لمدة معقولة من الزمن ، ولكتها فى نفس الوقت تضع نهاية للاحتكار ، لكى يتسنى اعتبار كتب أحسن محل الكتب القديمة ، بعد ذلك الأجل .

والشئ الهام هو أن الناشر ، كرجل أعمال ورجل تربية فى آن ، يدرك مصلحته فى المحافظة على جعل مجال نشر الكتب الدراسية مفتوح الأبواب بقدر الامكان - وكلا النشر والتعليم خليقان بأن يستفيدا إذا وجد الناشر وزملائه تشجيعا موصولا وتفضيلا مستمرا لانتاج كتب أحسن وأحسن على الدوام .

كتب الأطفال

ان كتب الأطفال هي أهم كتب في العالم طرا ، ما في ذلك اننى ريب ،
لاسبب ودواع عديدة .

وهذا صحيح ليس فقط بالنسبة للكتب الدراسية التى تستعمل فى قاعات
الدرس للتعليم والتدريب ، وانما أيضا بالنسبة لكتب الأطفال التى يقرعونها
للتسلية او المتعة خارج نطاق مناهج التعليم المقررة بالمدارس . فالكتب
الدراسية ليست كافية ولا وافية بالنسبة لبلد ترتفع فيه نسبة محو الأمية
على نحو موصول ، مع وجود نقص فى المعلمين الصالحين .

ان الكتب التى فى وسع الناشئة قراءتها للمتعة الشخصية والفائدة . مطلوبة
فى كل بلد ، ولكن مطلبها أكثر الحاحا فى الدول النامية بصفة خاصة .

ولم يعترف الناس دائما بالقيمة العلمية لكتب الأطفال ، الى جنب الكتب
الدراسية . ففى الماضى جنح كثير من القائلين على أمر الترفيه — وخصوصا
الإداريين الترفيهيين — الى اعتبار كتب الأطفال ضربا من « الترف » الذى
لا تطيقه الا البلاد الغنية .

بيد أن ثمة اعترافا آخذا فى الإزدياد بأن تشجيع نشر الكتب للقراءة
الإضافية والقراءة العامة ، خلق بأن يكون « اقتصادا » ونثمرا من وجهة
النظر القومية .

ان قصة من قصص الأطفال ، لو كتبا من كتب الحقائق الإعلامية ، من
التوع الذى ينمى شغف الطفل ويشير اهتمامه ، ويحضره على المزيد من

القراءة من الممكن أن تكون إحدى الوسائل التربوية الرخيصة جدا والفعالة جدا في نفس الوقت .

ومن الممكن أيضا أن تكون الوسيلة المجدية لتوفير المال التربوي الضخم الذي يستثمره البلد في تعليم الطفل القراءة .

فإذا كانت ثمة كتب يستطيع الطفل بواسطتها أن يتدرب على فن القراءة لدواعيه الخاصة به ، فإن تعليمه خليك بأن يستمر الى حد ما ، على الرغم من المعلمين غير الصالحين ، أو حتى على الرغم من انسحاب الطفل من المدرسة .

وعلى الرغم من أن قيمة كتب الأطفال للقراءة العلية قد ازداد الوعي بها الآن ، واتسع نطاق الاعتراف بها ، إلا أن هذا الوعي لم يقترن بالعمل اللازم حتى الآن في معظم الدول النامية .

ان عشرات من هذه الدول تنفق بسخاء واقدام قسما كبيرا من مجموع ميزانياتها القومية على أعمال تعليمية وتربوية أخرى ، ولكنها تحجم عن تخصيص المقدار الإضافي الضئيل اللازم لتزويد هذا العنصر الحاسم .

اسباب تركيز الاهتمام على كتب الأطفال

كما سنرى عندما نتصدى لمناقشة اقتصاليات كتب الأطفال في السياق اللاحق ، فليس في وسع الناشرين ، ولا رجال التربية ، ولا أمناء المكتبات ، أن يفعلوا ما ينبغي بمفردهم . عليهم أن يعملوا معا متعاونين متكاتفين . فإذا لم يفعلوا ذلك ، فلن يحدث غير اليسر ، إذا هو حدث .

بيد أن حوافز الاهتمام المشترك بكتب الأطفال تكاد تكون غامرة شاملة .

١ — **علاوة القراءة** : ان القارئ من الناشئة في مرحلة العمر بالضبط التي تتشكل فيها عادات الحياة الباقية مدى الحياة .

فاذا تسنى لهم الحصول على كتب مجزية لهم ، فقد يصبحون قراء كتب مدى الحياة ، اما اذا حرموا منها ، فأكبر الظن ، بل اقوى اليقين ، ان فن القراءة نفسه لن يجد اليهم سبيلا .

٢ — **الاعداد** : لان عدد الاطفال بالمدارس كان قليلا جدا في الماضي عند كثير من الدول النامية (٧ في المئة في اندونيسيا وقت الاستقلال) فان عدد القادرين على القراءة والكتابة بين الكبار ، ضئيل نسبيا .

ولكن حمدا للتوسع المدهش للتعليم في السنوات الحديثة ، الذي يرجع اليه الفضل في أن عدد القادرين على قراءة الكتب زاد زيادة كبيرة بين الناشئة .

٣ — **العلاقة بالتعليم** : ليس ثمة كتاب دراسي في وسعه ان يروق كل الأنواق ويفلح في ارضائها ، كما انه ليس في وسعه ان يقدم المادة القرائية الكافية لاشباع الناشء الذي تعلم متعة القراءة وذائق حلوتها .

وعلاوة على ذلك ، فحتى اذا كان الكتاب الدراسي المقرر في قاعة الدرس ، كتابا جيدا صالحا ، فلا يمكن ان تكون فيه الجاذبية أو الروق للقارئ الناشء لكتاب يريد ان يقرأه لدواعيه الذاتية الخاصة بدلا من قرائته لانه امر او كلف أو أرغم على قرائته .

٤ — **المثل العليا والوحدة القومية** : ان كتب الاطفال الصالحة خليفة بأن تغرس المثل العليا ، وتسهم في خلق شعور بالوحدة مع الناس الذين يعيشون في أجزاء أخرى من الوطن . وهي خليفة بأن تحقق هذه الأمور بطرق مقبولة سائغة لقارئ ناشئ يميل الى الاعراض عن « الوعظ » المباشر ، بل ويقاومه وينفر منه .

٥ — **التثقيف في اهل البيت** : ان طفلا واحدا قادرا على القراءة والكتابة — في اهل البيت — خليف بأن يحدث تأثيرا عظيما ، ليس فقط في اخوانه و اخواته الذين سيجنحون أيضا الى تعلم فن القراءة ، وانما أيضا على ابويه

الأميين اللذين يشعرون بالفخر ، اذ يقرأ عليهما أطفالهما ليستمعان اليهم في زهو وسعادة .

وهذا امر مفيد بصفة خاصة في الاعتبار القومى كوسيلة فعالة لنقل المعلومات النافعة عن الصحة والزراعة والاختراعات الحديثة ، وهلم جرا .

لغة كتب الأطفال

ان القسط الاعظم من كتب الأطفال ، لابد وأن تكون مطلوبة طبعاً ، باللغة القومية ، سواء اكانت لغة أصلية ، كاللغة السامية في سيام ، ام لغة اجنبية اتخذت كلغة قومية ، على غرار الانجليزية في الفلبين ، والفرنسية في غينيا ، او الاسبانية في شيلي .

وعلى الرغم من أن اتقان اللغة القومية هو الهدف النهائي ، الا أنه يجب أن توضع موضع الاعتبار مسألة كتب الأطفال للقراءة المبتدئة في اللغات القومية ، اذا كانت هذه اللغات لها صيغة مكتوبة ويستعملها عدد كبير من الناس .

وليس ثمة اتفاق كامل حول هذه المسألة .

وبعض الملاحظين يعتقدون أن المصلحة القومية ستخدم على احسن نحو اذا تعلم الطلاب اللغة القومية منذ البداية ، وبدون تزويد لاي تعليم لحو الامية في اللغات القومية الاقليمية المحلية .

والبعض الآخر يعتقدون العكس تماماً ، ويحاجون بأقوى الحجج المضادة . فهم يقولون أن تعلم القراءة ليس عسيراً على الاطلاق اذا كانت اللغة معروفة فعلاً من قبل بالسماع عن طريق الأذن . أما ما هو صعب غاية الصعوبة فهو تعلم لغة جديدة وتعلم فن القراءة في نفس الوقت .

والذين يقبلون هذه الحجة الأخيرة يرون أن معرفة الطفل بلغة تومعه ، تعتبر مونا أو ظهراً يحمله معه الى المدرسة ، وان هذه المعرفة أداة تربوية

لا تقدر بشئ ينبغى الا تنبذ النواة ، وأولى به أن يتعلم القراءة بهذه اللغة ،
فاذا ما تعلمها فينبغى أن يعطى الفرصة لقراءة كتب مشوقة لكى يكتشف
متعة القراءة منذ البداية . (وهذه الحجة المؤيدة لاعطاء الأطفال مادة قرائية
بلغاتهم القومية لها شق ثان : ينبغى أن يبدأ تعليم الصيغة الشفوية للغة
القومية من أول يوم فى المدرسة ، لكى تكون اللغة الجديدة معروفة فعلا
من قبل عن طريق الأذن عندما تعلم قراءة تلك اللغة بعد عامين أو ثلاثة) .

وعلى الرغم ، كما ذكرنا ، من أهل الراى لا يفتقون على هذه المسألة الا أن
هناك كثيرا من الدول النامية التى تمنى من انخفاض مستوى تعليم اللغة
القومية لدرجة كبيرة (خصوصا اذا كانت اللغة القومية من أصل أجنبى)
بحيث أن الأطفال لا يتعلمون فعلا القراءة بتلك اللغة لسنوات كثيرة بعد بدء
دخول المدرسة .

وحى فى عدد كبير من دول افريقية التى تتكلم الانجليزية ، والتى يبدأ فيها
التعليم باللغات القومية ، ثم يتحول نظريا الى الانجليزية فى السنة الثالثة ، فلا
يوجد ما يكفى من المعلمين ذوى المقدرة الكافية لهذا الغرض ، فان قراءة
الانجليزية قد تتأجل الى السنة الرابعة أو الخامسة بل والسلسلة .

والمسألة العملية ، بصرف النظر عن النظريات الخاصة بطرق التعليم ، هى :
هل يحرم أولئك الأطفال من المادة القرائية فى أثناء ذلك الوقت كله ، أم أن
كتب القراءة الإضافية بلغاتهم القومية ليست لازمة لزوما كبيرا ؟

وتتضح النقطة بصفة خاصة عندما يعتبر المرء النسبة المئوية العالية من
الأطفال الذين يهجرون المدرسة بعد تعلم قراءة لغاتهم القومية ، ولكن قبل تعلم
الانجليزية أو الفرنسية أو غيرها من اللغات الوطنية .

العرض الطباعى

إن نبط حروف الطبع الخطية التى تستخدم بها مادة قراءة الأطفال تثير
تضية أخرى ، عليها خلاف حول عدد من الأمور .

والجميع يسلمون بأن ذلك النمط ينبغي أن يكون كبيرا وواسع المسافات ،
وان الطبع يجب أن يكون واضحا .

بيد أن هناك بعض المشكلات الخاصة في بعض اللغات ، مثلا :

هل ينبغي تشكيل الحروف المتحركة تشكيلا كاملا في كتب الأطفال ،
أم ينبغي أن يكون طبعها بدون حروف الملة ، كما هو الشأن في معظم
الكتب (فيما عدا القرآن الكريم والشعر) التي سيقروها الناشئة عندما
يكبرون ؟

وفي الفارسية ، هل ينبغي أن تكون كتب الأطفال بحروف الطبع الخطية
المكتوبة بالنستعليق ، وهو الشكل التقليدي للفارسية ، أم ينبغي أن
يعتاد الأطفال من البداية نمط النسخ (وهو أسهل بكثير للطباع الحديث)
والذي سيقروونه في معظم الكتب والصحف والمجلات عندما يصبحون كبارا ؟
هذه المسائل وغيرها من المسائل المختصة بالطباعة ، مثلها في ذلك مثل
المسائل المتعلقة باللغات ، ينبغي أن يضعها الناشر موضع الاعتبار في
كل بلد ، بالمشاورة مع السلطات التربوية .

محتوى كتب الأطفال

أن كل أمرء حاول الكتابة للأطفال يتفق على أنها من أشق الأمور التي
يواجهها الكاتب . وليس جهلذة الأدب والعلماء بالضرورة هم خير من يكتب
للأطفال ، بل كثيرا ما يفضلهم كتب أقل منهم شهرة ممن كرسوا أنفسهم
لهذا النوع الخاص من الإتياء والتأليف .

فالشغف والحركة والأداء ينبغي أن تظل حية نابضة ، واللغة ينبغي أن
تكون بسيطة ومباشرة .

وثمة عدد قليل نسبيا من الكلمات غير المعروفة للأطفال في تلك السن ،
هي التي يمكن أن تستعمل ، وعندما تستعمل كلمة غير معروفة ، فينبغي

توضيح معناها بسياتها في الجلة . (ليس على غرار ، كان هناك قناع حديدى على قبعته ، اذ لن يكون لها اي معنى عند أى شخص لا يعرف كلمة قناع حديدى ، ولكن : « لقد حجب القناع الحديدى الذى على قبعته ، الشمس عن وجهه ») .

وطبعاً يجب اعتبار مستوى العمر للقراء بكل دقة ، ليس فقط بالنسبة للكلمات المستعملة ، ولكن أيضاً بالنسبة للمادة الأساسية للقراءة .

وثبة نقد ، في محله ، ضد كتب الأطفال الأمريكية والأوروبية التى كثيرا ما تقترح للقراءة في الدول النامية ، هو انها لا تعالج الحقائق والأشياء والمواقف التى لها مغزى عند أطفال آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية .

ولعل من أقوى الحجج لتنمية صناعات كتب الناشئة في تلك المناطق ، هى التاكيد من أن كتب الأطفال ستكون ملبية لاهتمامات الطفل الذى يقرأها .

بيد أنه ينبغى الحذر من مغبة الانزلاق المتطرف الى أبعد الاماد في « اضماء المحلية » على مادة الموضوع . لقد كان المنحى الأجنبى للكتب في الماضى ، خاطئاً ما في ذلك أدنى ريب .

ولكن من المفجع ، أن يعمد الناشرون في الدول النامية ، في سبيل تصحيح ذلك الخطأ ، الى صبغ الكتب بصبغة محلية ضيقة محصورة تخفق أفاق الناشئة .

ينبغى أن تكون الكتب سائلة مفهومة ومشوقة للأطفال الذين يقرعونها ، ولكنها ينبغى أيضاً أن تتفتح أفاقاً واسعة .

ان أطفال باكستان الغربية الذين يأكلون القمح ينبغى أن يعرفوا شيئاً عن الحياة في احدى قرى باكستان الشرقية الاكلة الرز ، كما ينبغى لمناطق زراعة القطن في بلد ما تملك أيضاً مصانع للتسيج أن تعرف شيئاً عن حياة الناس الذين يغزلون القطن .

وينبغي لهم جميعا أن تكون لديهم فكرة ، عن طريق الكتب الممتعة قراءتها ،
عن بقية العالم .

ومن دواعي الغبطة لمعظم الأمريكيين أن من بين شخصيات قصص
الصغار المعروفة جيدا لدى الأطفال في الولايات المتحدة الأمريكية ، فان كثيرا
منها مستقاة من بلاد أخرى ، وثقافات أخرى .

وثمة تحذير آخر لازم في هذا المقام :

فبسبب رواج كتب الحقائق الاعلامية ، والقيمة التربوية الواضحة لهذه
الكتب ، فهناك خطر أن كلا التربويين والناشرين قد يغفلون الحاجة الى أن
يتقدموا أيضا القصص وحكايات التراث الشعبي وغيرها من أعمال الخيال التي
تغذى الروح والعقل . فبدون هذه لا يمكن اعتبار مكتبة الأطفال كاملة من وجهة
النظر التربوية ، أو مشبعة من وجهة نظر الناشئة من القراء الذين
يستعملونها .

المصمم والرسام والطابع

في أنواع كثيرة من الكتب ، فان الرسوم التوضيحية هي مجرد زينة أو
حلية .

· أما في كتب الأطفال ، فان الرسوم التوضيحية قد تكون هي لب اهتمام
القارئ ومدار شغفه ، وجوهرية جدا بالنسبة لغرض الكتاب ، لدرجة أن من
العبث طبع الكتاب بدونها .

ودور الرسام في غاية الأهمية بحيث أن كثيرا من كتب الناشئة يعدها المؤلف
والرسام معا ، أو في تلك الحالات الموفقة بحيث تتوافر الموهبتان في شخص
واحد - يعد المؤلف - الرسام الذي يبتدع وينفذ الكتابة والرسم لكتاب كعملية
واحدة -

ومصمم الكتاب وطابعه أيضا ، لهما دور أساسي يؤتيانه .

وفى الواقع من الامر ان الطريقة المثالية لاعداد كتب اطفال هى بواسطة التعاون الوثيق الصلة بين المؤلف والرسام والمصمم والطابع .

وتشاور الرسام مع المصمم والطابع ينبغى ، اذا تيسر ، ان يستهل منذ بداية عمله ، فى المرحلة التى يدبر فيها صورته قبل ان ينفذ ايا منها فى صيغته النهائية .

وبمشورة ونصيحة المصمم ، قد يستطيع الرسام ان يستخدم طرقا خليقة بان تخفض نفقة الكتاب تخفيضاً كبيراً بدون التضحية بمصلحة الناشئة من القراء .

اقتصائيات كتب الاطفال

ان قليلا من كتب الاطفال هى التى يشتريها الاطفال مباشرة ، اذ غالبا ما يشتريها الآباء والأمهات .

ولكن فى البلاد ذات الدخل المنخفض بحسب نصيب كل نسمة ، وعيه قليل من نفقات الأسرة يتحدى شراء الكتب الدراسية اللازمة ، فما أضيق مجال الاختيار بين لقمة العيش والكتاب .

وثمة سوق ، على نحو ما ، لكتب الاطفال فى كل بلد ، مهما انخفض متوسط الدخل ، اذا كانت الكتب ذات ثمن معقول بالنسبة لذلك الاقتصاد .

ولكن ، كما رأينا فى الفصل الثالث ، فمن الضرورى الطبع بكميات كبيرة للحصول على اثمان منخفضة .

وفى كثير من الامم المتنبئة ، فليس ثمة بيع كلف ، بعد ، للأفراد بحيث يجعل بحد ذاته ، من الممكن انتاج الكميات الكبيرة ، ومن ثم الاثمان المنخفضة التى يتطلبها أولئك الأفراد .

ان اكبر سوق طبيعية لكتب الاطفال فى كلتا الدول الآخذة فى النمو والدول التى اكتملت لها اسباب النمو والتطور على السواء ، هو المدارس والمكتبات .

فانذا أمكن بلوغ هذه السوق ، فعندئذ فقط ، فإن الكميات المطبوعة يمكن أن تكون كبيرة بدرجة كافية تسوغ الثمن المنخفض الذى فى وسع الأفراد أن يدفعوه .

ويقال ان ٧٥ فى المائة من دخل المبيعات لكل الأنواع العادية من كتب الأطفال ، فى الولايات المتحدة الأمريكية ، تأتى من حصيللة البيع للمؤسسات ، وبصفة رئيسية من المدارس والمكتبات . وبدون ذلك الأساس الاقتصادى الراسخ المتين لصناعة كتب الناشئة ، فإن طبع ونشر كتب الأطفال فى أمريكا بتلك الأعداد الراهنة أو ما يناهزها ، وبأسعارها الحاضرة ، ضرب من المستحيل .

وعلى هذا فانه عندما تحض وزارات التربية والتعليم الناشر على اصدار المزيد من كتب الأطفال ، فإن الناشرين لهم كل الحق والعذر فى أن يسألوا القائمين على أمر الوزارات عن الوقت الذى سيبدأ فيه الشراء المنتظم للمكتب لمكتبات المدارس .

ان مكتبات المدارس - ومكتبات القرى وغيرها من المكتبات العامة - لها فائدتها المجزية فى حساب التربية والتعليم . ولكن لها أيضا قوتها وفعاليتها - كقوة مشترية للمكتب بحيث تزود نشر كتب الناشئة بقاعدة اقتصادية أساسية لا تستطيع صناعة كتب الصغار أن تعيش بدونها .

والمكتبات نفسها لا يمكنها أن توجد ما لم تنشر الكتب الصالحة لتزويدها . والناشرون ليس فى وسعهم نشر مثل هذه الكتب ما لم يكن ثمة ضمان لسوق شرائية .

ولا مناص من أن يغلب الناشر ، طبعا ، بالقياس الى كل كتاب على حدة . تلك ضربة لازب . بيد أنه يحتاج الى أن يعرف أن هناك سوق مدرسة وسوق مكتبة ، بصفة عامة ، لشراء كتب الأطفال الجديدة ، التى اتقنت كتابتها واتقنت رسوماتها واتقن طباعتها وعرضت بأثمان معقولة .

وهذا الاعتماد المتبادل بين المكتبات ونشر الكتب موضوع هام سوف نتناوله
بمزيد من المناقشة والتحليل في الفصل السادس عشر .

الاقتصاديات في الإنتاج

بسبب أن الرسوم التوضيحية خفيفة بأن تعمل قسما كبيرا جدا من المجموع
الكلى لكلفة انتاج كتب الأطفال ، فان معظم الاقتصاديات الأساسية التي توضح
الاعتبار تتعلق ، على نحو ما ، بالصور .

فأولا ، كما أشرنا الى ذلك من قبل ، فان التشاور المبكر مع الرسام كفيل بأن
يجعل من الممكن تلافي الاسراف في نفقات لا لزوم لها في عمليات الطباعة ، أو
استعمال ألوان اضافية على صفحات أكثر من الضروري ، أو ازدواج القطع أو
الرواشم (الكليشيات) لسناوين الصفحات والغلاف اذا كان طاقم واحد منها
صالحا لخدمة كلا الغرضين .

وثمة فرص مدهشة أيضا للاقتصاديات الرئيسية بوساطة تعاون الناشرين
العاملين في مختلف اللغات . وفي وسع الناشرين أن يتكفلوا بالإنتاج المشترك
في كل طبعاتهم ، للصور الملونة مع ترك مساحة بيضاء للنص الذي يمكن طبعه
بعد ذلك بمختلف اللغات .

وفي الدول الكبيرة التي تنشر كتبها باللغات المختلفة - كالهند مثلا - فقد
يوجد مثل هذا التعاون المشترك حتى في نطاق البلد الواحد .

ويمكن أيضا أن يوجد تعاون دولي بين مختلف البلاد الآسيوية والأمريكية
وأمریکا اللاتينية ، كما هو حادث الآن بين الدول الأوروبية ، وبين أوروبا
والولايات المتحدة الأمريكية .

وفي بعض البلاد (كإندونيسيا مثلا) توجد قيود قانونية على استيراد الكتب
المطبوعة باللغة القومية ، ولكن ليس ثمة عائق لاستيراد صحائف الصور .

وفي الواقع من الأمر ، ثمة مكوس تفرض على الورق غير المطبوع في كثير
من الدول ، ولكن ليس على الكتب المطبوعة . ومن ثم فإن المرء ليصادف

الوضع العجيب الذى يتمثل فى أن نصيب الناشر المحلى من طبعة منتج انتاجا مشتركا مطبوعة فى دولة أخرى ، يمكن أن يدخل بثمن أرخص يقل عن نفس الحمولة أو الوزن من الورق غير المطبوع .

ويمكن اكتساب اقتصاديات فى ثمن افلام الطبع بالافوست ، حتى اذا كانت الطباعة المشتركة غير ممكنة .

وحتى اذا كانت النسخ المطابقة من افلام الافوست باهظة الثمن ، ولكن من الممكن حفر مجموعة واحدة من الافلام بنجاح لناشرين مختلفين فى نفس البلد ، او حتى فى دول مختلفة .

وعلى الرغم من أن التعاون الدولى فى الانتاج المشترك ممكن التنفيذ ، اذا لزم الأمر على طرفى نقيض العالم ، الا أن التعاون الإقليمى ، هو الأكثر واعدية بطبيعة الحال ، ليس فقط بسبب سهولة النقل والاتصال والمواصلات ، ولكن أيضا بسبب الملاءمة العامة للرسوم الايضاحية فى منطقة بأكملها .

وعلى الرغم من أن مجتمعات شرق أفريقيا مثلا ، تختلف اختلافا بينا من منطقة لأخرى ، الا أن هناك أوجه شبه عامة بينها تجعل الرسوم التوضيحية مقبولة وساتعة فيها جميعا ، أو على الأقل أكثر قبولا من الرسوم التى أعدت للأطفال الأوربيين أو الأمريكيين .

التوزيع الكبير

ان دول العالم النامية أخذت في نشر التعليم والتربية بين جميع سكانها -
الاغنياء والفقراء والفلاحين وعمال المصانع ، اهل القرى واهل المدن .
وتركيز الاهتمام ، منصبا طبعا ، على الناشئة ، وان كان تعليم الكبار ينال
حظه ايضا من الانتباه .

ان التوسع في التعليم في آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية في العشر السنوات
الآخرة ، والمزيد من التوسع والانتشار المزمع والمخطط للمقد القادم - لا مثيل
لهما ولا سابقة في تاريخ الانسانية برمته .

بيد أنه على الرغم من تغلغل التعليم في كل قطاع ، وعلى كل مستوى
للمجتمع ، فان نشر الكتب لم يواكب تلك الحركة التربوية المثيرة او يسايرها
ويماثلها .

فملايين من الناس ممن يعتبرون قوة كامنة كقراء للكتب ، او مشتريين للكتب .
تنتجهم المدارس أو حملات محو الأمية في الكبار .

ومع ذلك فصناعات نشر الكتب في هذه الدول لم تنجز الا القليل ، حتى
الآن في تدمير المكتبات العملية المثلثة بهذه الفرصة ، أو في ترويض مجتمعاتها
بالكتب التي تحتاج اليها .

ولقد جنح الناشرون بصفة عامة ، الى التركيز على ذلك العمل الهين نميبيا ،
وهو بيع الكتب بالمان غالية لظك الطائفة القليلة من الناس من المعلمين
والمتقنين من ذوي الرخاء وممن يسهل الوصول اليهم .

ولا جناح عليهم ولا تثريب فى هذا الصدد ، بالنظر الى الصعوبات التى واجهوها ، خصوصا بسبب الكلفة العالية الثمن ، وعدم وجود رأس المال المول - غالبا - كما سبق شرح ذلك فى الفصل الثالث .

ولكن ذلك الاغفال او التجاهل للجزء الرئيسى الاكبر من سوق الكتاب الممكن لم يعد مقبولا بالنظر الى الاهداف القومية للدول النامية .

فاذا ابتغى الناشرون ان يستجيبوا للفرصة ويلبوا - وهى اعظم فرصة متاحة قدر لها ان تفتح امام ناشرى الكتب فى العالم من وجوه كثيرة - فاعليهم ان يمسكوا بزمام المبادرة والقيادة .

يجب عليهم ان يريثوا البدء والشروع فى نوع جديد تماما من مشروعات النشر ، باثمان منخفضة وكميات كبيرة ، وفى نطاق مشكلات تنظيم وتوزيع لم يسبق لهم ان واجهوها من قبل .

فاذا ارادوا ذلك فعلا ، فسيكون ذلك فى صميم المصلحة القومية للآخرين ، خصوصا وان ذلك يتضمن ان النقطة الاساسية فى اية خطة للتوزيع الكبير هى ان تكون الكتب الرخيصة حقا موجودة فى كل مكان ، وليست مقصورة محسب على المدن ، كما انها ليست مقصورة محسب على محال بيع الكتب العادية .

انه الجمع بين هذين المنصرين - ثمن البيع الرخيص ، وتوافر وجود الكتاب على اوسع نطاق للانتشار - هو الذى مكن لثورة توزيع الكتب ذات الغلاف المورق الرخيص فى الدول الغربية ، وهو الذى يبشر بكل الامل المثيرة المرجوة الواعدة بالخير لكل الدول النامية .

ولبلوغ هذا المآرب - مآرب بيع الكتب بالتوزيع الكبير ، فان الحاجات الاساسية هى :

١ - **عقد لصناعة الكتاب كفىل** بأن يجلب اقتصاديات كبيرة فى التوزيع الكبير ، متبعا مبادئ الكم الكبير والتكلفة القليلة التى سبق ان فحصناها فى الفصل الثالث .

(وكما سبق أن ذكرنا فإن الناشر ليس من المحتم عليه أن يملك هذا العتاد ، ولكن الطابعين الذين يتعامل الناشر معهم يحتم عليهم أن يملكوا هذا العتاد ، إذا أريد أن تكون الكتب الرخيصة الثمن سهلة المآل) .

٢ - **جهاز للتوزيع :** مثل سيارات نقل صغيرة وعربات شحن ، الخ لنقل الكتب من المستودعات المركزية الى مئات أو آلاف مراكز البيع بالتجزئة .

٣ - **جهاز للمرضى** في مراكز البيع بالتجزئة يتألف أساسا من «دواليب» أو سيقان مسننة من الخشب أو البلاستيك أو الصناعات المعدنية أو الشبكات السلكية والقضبان المعدنية ، الخ . (أن وجود مثل هذا العتاد خليف بأن يؤدي على الأقل الى ضرب من تقنين حجم الكتب لكى تلائم حجمها) .

٤ - **نظام** أو خطة تنظيمية لنقل الكتب من مركز صناعتها الى مراكزها الاقليمية ، ومن هناك الى مراكز البيع بالتجزئة والمراجعة المنتظمة لكمية الكتب في مراكز البيع ، لاحتلال كتب أخرى محل الكتب التى بيعت وارجاع الكتب الكاسدة وجمع المال من بائع التجزئة لقاء الكتب التى بيعت .

٥ - رأس مال

١ - لجهاز التوزيع وجهاز العرض المذكورين آنفا .

ب - النفقات الاولى لانشاء وتسيير دفعة النظام حتى يبدأ الدخل فى موازنة ذلك المنصرف .

ج - للاتفاق على صناعة الكتب المزمع بيعها . (وهذا الشطر الأخير من متطلبات رأس المال - للكتب نفسها - يمكن تدبيره بواسطة اتفاقيات تجارية مع ناشرين متعاونين بموجب بعض الخطط الواردة فيما بعد) .

٦ - **هيئة موظفين صغيرة للتحرير والانتاج .**

مزايا برنامج الطبعة الثانية

على الرغم من أن هناك أمثلة بارزة لخطط التوزيع الكبير التى بنيت أساسا

على الكتب الاصلية مثل كتب البنجوين (Penguin) فى المملكة المتحدة ،
وسلسلة ؟ Que Sais-je فى فرنسا الا أن معظم خطط توزيع السوق الناجحة
فى العالم بنيت على طبعات ثقيلة لكتب صدرت بالطريقة العادية المعروفة
للبيع فى المكتبات .

ومن بين مزايا استعمال الطبقات الثانية بدلا من الكتب الاصلية نورد
ما يلى :

ا - اختيار لرد الفعل لدى الجمهور الذى تلقاه الكتب فى طبعاتها العادية .

ب - تحاشى الكلفة التى تقتضيها أطوار التحرير .

ج - القدرة على اصدار كل الكتب المنشورة بدلا من جعلها محصورة فى
نطاق عدد صغير من الكتب الجديدة .

د - وفى الدول التى تتوافر فيها الامكانات ، توجد ميزة الاقتصاد فى اعادة
الطبع بتصوير صحف الكتاب الذى طبع سابقا أو باستعمال صحائف صف
الحروف الموجودة ، وبذلك تتلافى النفقة الباهظة لجمع الحروف فى الطباعة من
جديد .

على أنه ينبغي أن نتذكر أنه اذا كانت أية خطة للتوزيع الكبير تتوقف فعلا على
اعادة طبع كتب طبعت عابدا ، فاذن من الضرورى استمرار مثل ذلك النشر
العادى . والا فبعد استعمال لكثير الكتب جانبية من الكتب التى سبق نشرها ،
فى برنامج اعادة طبع ، فلن يتبقى بعد ذلك شيء لبرنامج اعادة الطبع
لكي « يعيش عليه » فى المستقبل .

ان ناشر الطبقات الثانية له مصلحة حيوية فى أن يرى النشر العادى يزدهر
دائما .

انواع كتب التوزيع الكبير

عندما بدأ نشر كتب الغلاف الورقى فى الدول الغربية ، ظن كثير من الناس أن
النوع الوحيد من الكتب التى سروج بيعها بمثل هذه الطرق هى الكتب التى
تتناول : الجنس ، والجريمة ، والمثف .

ولدة طويلة ، كان صحيحا فعلا ان الفاليبية العظمى من عناوين هذه الكتب المعروضة كانت من ذلك النوع . بيد أنه رويدا رويدا ، فطن الناشرون ذوو البصيرة والشجاعة واكتشفوا قابلية رواج أنواع أخرى كثيرة من الكتب بما في ذلك الكلاسيكيات والكتب الخاصة بكيف تعمل كذا وكذا ، وكتب المناشئة ، وكتب التاريخ والادب والفلسفة وعلم النفس والاعلام المفيد ، ولم جرا .

ومع تطور مايسمى « بالكتاب ذى الغلاف الورقى الغالى الثمن » (الذى يباع فى الولايات المتحدة الأمريكية بثمن يتراوح بين دولار وثلاثة دولارات بدلا من خمسين سنتا لكتاب الغلاف العادى ، أو من ستة الى عشرة دولارات للنسخة الأصلية ذات الغلاف السميك) ، فإنه يوجد الآن مجال واسع من الكتب التى تتناول كل موضوع تقريبا ، وخصوصا الكتب المفيدة للقراءة الاضافية فى مقررات الجامعة .

وهذه الكتب ذات الغلاف الورقى الغالى الثمن ، تلقى أكبر رواج فى البيع فى محلات بيع الكتب خصوصا فى مجتمعات الجامعة ، ولكن بعضها يظهر أحيانا فى أكشاك الصحف ، وفى نقاط الزحام والتجمع فى مداخل ومخارج المدن .

وفى كثير من الدول الغربية اضطر نشر التوزيع الكبير الى توطين نفسه وارساء قواعده فى منافسة ضد أنواع كثيرة أخرى من ضروب التمسيلية مثل مجلات الجنس ، الخ .

وفى معظم الدول النامية ، فإن ذلك التنافس لا وجود له ، أو هو أقل جدية وخطورة .

ومن ثم فإن محرر سوق التوزيع الكبير فى تلك الدول يجد نفسه أوفر وقتا ويسرا فى التركيز على الكيف فى قائمته من البداية .

وعلى الرغم من الحجج المؤيدة لبرنامج الطبعة الثانية كما سبق نكرها ، فسوف تكون ثمة فرص كثيرة بالتأكيد ، فى كل بلد نام ، للناسر صاحب الفكر المتخيل لتخطيط كتب خليفة بأن قروق السوق الخاص فى بلده .

وعلى سبيل المثال فى هذا الصدد ، كتاب رخيص ولكنه نسم وعلمى عن رعاية الطفل ، يراعى الظروف والاحوال الواقعية فى البلد بالقياس الى الاطعمة وعادات الاسرة ووسائل الوقاية الصحية ، وهلم جرا .

وسواء لكانت الكتب جديدة ام مختارات من كتب سبق نشرها ، فمن الاهمية بىمكان أن يعطى الناشر الذى يعمل فى نطاق نظام التوزيع الكبير ، اهمية خاصة « لأبحاث السوق » بأن يدرس أى انواع الكتب يريدھا القارئون حقا .

وفى الواقع من الأمر ، فإن مثل هذه الدراسة أيسر وأسهل منالا فى مشروع سوق التوزيع الكبير عنها فى أى نوع آخر من النشر تقريبا ، لان « عائد تغذية المعلومات » الواردة من منافذ البيع بالقطاعى تكون منتظمة وفى شكل احصائى موصول سهل التداول .

ولا يوجد نوع آخر من الناشرين أكثر مقدرة على سرعة المعرفة ، ويكل صحة ودقة عن انواع الكتب التى يرغبها الجمهور ، من هذه الفئة من الناشرين بالذات .

« الاعلان » عن كتب التوزيع الكبير

لقد وضعنا كلمة الاعلان فى السطر السابق بين هاتين العلامتين »
لان كتب سوق التوزيع الكبير ليس لها اعلان مطلقا ، فى معنى معين .

والفرق بين الدخل وكلفة الصنامة ضئيل جدا لدرجة لاتسمح بأى اعلان من النوع العادى .

ولكن ، فى معنى أوسع ، فإن كتب التوزيع الكبير تتميز بأقوى ضروب الاعلان تأثيرا وغطائية ، ذلك أنها دائما أمام أعين الزبائن المحتملين ، فى مواقف الحافلات ، وفى المطاعم وحيثما يحتشد الناس ويتجمعون .

ومن ثم فإن تصميم أغلفة كتب سوق التوزيع الكبير أكثر اهمية من الأنواع الأخرى .

وعلى الرغم من أن طباعة الأربعة الألوان للأغلفة اللامعة غالية الثمن جداً ،
فإن ناشر كتب سوق التوزيع الكبير راغب في قبول ذلك •

ومن بين اقتصاديات الصناعة في هذا الصدد ، أعداد طباعة الألوان لطائفة
من الكتب في نفس الوقت ، مما يقلل نفقة كل كتاب على حدة •

وثمة شكل آخر من أشكال الاعلان المجدى القيم الذى تحصل عليه كتب سوق
التوزيع الكبير ، الى جانب العرض في مراكز البيع كما ذكرنا آنفاً ، هو العرض
في المدارس والمكتبات التى تتمتع بالقيمة التربوية لجلب الكتب تحت أنظار
أوسع جمهور متاح •

وتوجد أيضاً بعض المدارس والمكتبات التى تبيع فعلاً كتباً من هذه الفئة
كوسيلة لتنمية وعى القراءة • ومثل هذه المبيعات غالباً ما يقوم بها الطلاب
أنفسهم وإن كانت عادة ما تكون تحت إشراف الكبار •

عناصر الكلفة فى التوزيع الكبير

الى جانب كلفة الكتب نفسها ، فإن الموزع الكبير عليه أن يفكر فى تكلفة
العتاد (وهى كلفة ضمن رأس المال) ، ورأس المال العامل المطلوب لانشاء
وتسيير دفعة نظام للتوزيع يصل الى كل أجزاء البلد •

ومن الصعب تدبير تلك المصروفات العامة حتى إذا أعطت الكتب - تقرداً -
ريحاً طيباً ، ما لم يكن الحجم الكلى للعمل التجارى كبيراً جداً •

وبعبارة أخرى فليس فى وسع المرء ان يصطنع تجارة رابحة بالتوزيع الكبير
لعدد قليل من الكتب فحسب ، وإنما يجب أن يكون هناك تيار موصول وكبير
متدفق خلال المسالك التى تم انشاؤها •

وهذه الحجة - الى جانب حجة سعة الاختيار - هى احدى الحجج التى
تساق لاقامة خطة التوزيع الكبير على استعمال الكتب من كل الناشرين بدلاً من
دار نشر واحدة ، مالم يكن ذلك الناشر الواحد له قائمة كبيرة جداً لكتب نشرت
من قبل •

ان وجود حجم كبير للعمل التجارى ، هو المقتضى الاول اللازم لخطه توزيع كبير رابحة .

اما الشرط الثانى فهو الاتفاضة من اية تنظيمات لا مركزية قائمة ومسالك توزيع ، الى اقصى حد مستطاع .

فاذا كان ثمة موزع كتب فى منطقة ما من البلد ، موجودا من قبل يؤدى عملا ناجحا من حيث اخذ الكتب من عاصمته المحلية الى بائعى التجزئة فى المنطقة ، فان تلك المؤسسة فى وسعها اتباع وسائلها واصطناع الجهاز اللازم لتزويد مراكز البيع بالقطاعى فى المحافظة ، او الولاية ، الخ .

ذلك كفيل بأن يوفر لجهاز التوزيع الكبير المركزى كلتا النفقة اللازمة والمسئولية المستمرة لاقامة نظام أو جهاز جديد فى تلك المحافظة أو الولاية ، أو قد يكون هناك خط سيارات نقل منتظم قادر على نقل الكتب من مركز الانتاج الى موزعى المناطق ، مما يوفر نفقة شراء سيارات نقل لهذا الغرض .

وثمة عنصر آخر من عناصر الكلفة أو حق الترجمة ، أو اية أجور أخرى خاصة بالمؤلف (أو فى حالة كتب سبق أن أصدرها ناشر آخر) يتعين تقسيمها بين المؤلف والناشر الأصلي .

ولأن نسبة الربح عن كل كتاب ضئيلة جدا ، ولأن الهدف المشترك لكل الشركاء فى هذا النوع من النشر هو بيع كميات كبيرة جدا بأثمان منخفضة بالضرورة فان معظم عقود الناشرين تشترط أن يكون النصيب المدفوع لقاء النسخة الواحدة من كتاب التوزيع الكبير أقل من النسخة العادية .

بيد أنه من بين كل عناصر النفقة فان أكثر العناصر أساسية هو طبعا ذلك العنصر السابق ذكره ، ألا وهو عنصر كلفة انتاج وصناعة الكتاب . ان التخفيض الواضح لكلفة الانتاج بحساب النسخة الواحدة عندما ترتفع الكميات الى أعداد كبيرة هو أساس النجاح فى نشر الكتب بالتوزيع الكبير .

التدابير التجارية

يمكن انشاء مشروعات التوزيع الكبير بطرق متعددة ، سوف نقصر على ذكر بعضها فقط فيما يلي :

- ١ - فى وسع ناشر كبير ان ينشئ خطة سوق للتوزيع الكبير لكتبه هو .
- ٢ - فى وسع ناشر ان ينشئ خطة تشمل كتبه من وقت لآخر ولكنه ، عموما ، يختار قائمة من الكتب من كل الناشرين ، ويتخذ التدابير اللازمة ليدفع للناشرين الآخرين حقوق النشر التى يستحقونها .
- ٣ - رجل اعمال مستقل ، لا يعمل فى أى نوع آخر من أنواع النشر ، قد يجعل النشر بالتوزيع الكبير هو عمله الوحيد ، أخذًا كتبًا من كل الناشرين ، وربما من وقت لآخر يتعاقد على كتب جديدة أيضا .
- ٤ - اخصائى فى التوزيع ، بدون أن يصبح ناشرا فى المعنى الكلى للناشر ، قد يقتصر على اخذ كتب للمحافظات ويزود بها قطاعات التجزئة ، تاركا للناشرين الذين يخدمهم مهمة أداء بقية العمل كله بما فى ذلك انتاج الكتب التى تباع للموزع بتخفيض كبير .
- ٥ - طائفة من الناشرين ، فى وسعهم أن يتعاونوا فى انشاء دار نشر متحدة للتسويق ، أو شركة توزيع بالملكية المشتركة كما سبق ذكره فى رقم ٤ السابق .

مزايا المدى الطويل فى التوزيع الكبير

يمكن تسويق التوزيع الكبير كوسيلة للأرباح — أحيانا أرباح كبيرة جدا — فى نشر الكتاب ، ولعل من أكثر الحقائق ادخالا للسرور على النفس فى هذا الشأن هو أن مبيعات سوق التوزيع الكبير لا تحيف على بيع الطبقات العادية التى تباع فى محال بيع الكتب بالقطاعى .

بل وهناك أمثلة فى الدول الغربية تومىء الى زيادة فى بيع الطبعة الغالية ذات الغلاف السميك من كتاب ما بعد نشره بالطبعة ذات الغلاف الورقى .

وفى معنى اعم واشمل ، فان السوقين تكادان تكونان مستقلتين نسبيا
بعضهما عن بعض لان الجمهور الضخم الذى تعرض له كتب التوزيع الكبير لا
يشمل سوى نسبة مئوية ضئيلة ضئيلة هزيلة من الناس يذهبون عادة الى محال
بيع الكتب .

وعلى الرغم من ان سبيل التوزيع الكبير له تصويغه الخاص بالقياس الى
الريح ، فان مزايا المدى الطويل بالنسبة لصناعة نشر الكتب فى بلد ما
ومصلحته الثقافية ، خليفة بأن تكون أكثر أهمية .

ان نظام سوق الانتاج الكبير والتوزيع الكبير كفيل بأن ينمى قراء ومشتري
كتب فى طول البلد وعرضها ومن ثم يوسع القاعدة الاقتصادية التى تقوم عليها
صناعة الكتاب توسيعا كبيرا ، ويجعل امة تقترب رويدا رويدا من هدفها
الرامى الى خلق مواطنين متعلمين مثقفين .

ان الناشرين فى الدول النامية لا يزالون على اول الدرب فى تثير امكاناتهم
المتاحة . وحتى دور النشر التى لاقت نجاحا غير عادى ركزت على المدن وعلى
صفوة المثقفين .

ولكن ، حمدا لانتشار التعليم فى كل المناطق ، وبين كل الطبقات ، فاليه يرجع
الفضل فى أن سوقا واسمة الانتشار على مستوى الوطن برمته حقا ، أصبحت
الآن فى انتظار الناشرين قوى الجراءة والقدام والفكر المتخيل ، لكى يسعوا
اليها سعيا بوسائل التوزيع الكبير .

نوادى الكتب وكتب الاشتراكات

لعل من بين العدد الكبير من الانواع الخاصة من نشر الكتب التى مارستها الدول الغربية ، فان قليلا منها ما اثار الاهتمام فى الدول النامية ، أكثر من نوادى الكتب .

ويسبب هذه الحقيقة - وليس بسبب أن فكرة نادى الكتاب قابلة للتطبيق - بالضرورة الآن فى الدول النامية ، فهى جديرة بلتبتها فى هذا السياق .

ويسبب وجود علاقة ما بين وسائل نشر نوادى الكتب ووسائل نشر كتب الاشتراكات ، فسوف نتناول هذه المسألة أيضا بالشرح والمناقشة .

وبعد النجاح الاوى الذى ظفرت به كتب النوادى ذات الطابع العام مثل « النقلة الأدبية » ونادى كتاب الشهر فى الولايات المتحدة الأمريكية ، نشأت أنواع أخرى كثيرة من نوادى الكتب ، التى تلبى اهتمامات ومصالح أنواع معينين من القراء مثل : نادى الكتب العلمى ، ونادى الكتب الدينى ، ونقلة ادب الناشئة . ونادى الكتب التاريخى ، ونادى كتاب المهندسين ، الخ ، الخ .

ولهذه النوادى المتخصصة فائدها ووسائلها المتبعة ، بيد انه من الأسهل علينا أن نفهم مشكلات وطرائق نوادى الكتب ، اذا بدأنا بالتفكير فى نوادى الكتب التى تصدر كتباً عامة خليقة بأن تروق للمثقفين من الناس من أى نوع وهى كل مكان .

والقصص والسير والتراجم وكتب العلوم العامة ذات الطابع العام هى أكثر أنواع الكتب التى تتصدى لها هذه النوادى بطبيعة الحال .

وثمة مفهومان رئيسيان وراء فكرة نادى الكتاب الاول ، اولهما أنه اذا استطاع ناشر ما أن يضمّن بيعا كبيرا لاي كتاب ، ففى وسعه أن يزيد الكمية المطبوعة ، ومن ثم يخفض سعر البيع بسبب التوفير فى نفقة الكلفة بحسب النسخة الواحدة .

وثانيهما ، وهو الذى كان أكثر أهمية ، على الأثر فى الولايات المتحدة الامريكية قبل نشأة التوزيع الكبير لكتب الغلاف الورقى - هو أنه كانت هناك طائفة كبيرة من قراء الكتب - باعتبار ما سيكون - لا تلبى طلباتهم محال بيع الكتب ، وأن من الممكن جعلهم زبائن اذا تسنى اصطناع سبيل ما لارسال الكتب اليهم بالبريد فى مقابل ذلك .

وفى السنوات الاخيرة أصبح من الجلى أن نوادى الكتب يمكن أيضا أن تروج بين سكان المدن على الرغم من أن محال بيع الكتب فى متناول أيديهم ، بسبب الاغراءات الخصة المتمثلة فى الاسمار الرخيصة والكتب المجتية ، الخ ، التى تمنحها نوادى الكتب على سبيل الدعاية وكسب ثقة القارئ .

ولقد أثار ذلك مشكلات جنية نتيجة للموقف العدائى من جانب باعة الكتب الذين رأوا أن ذلك يحيف على تجارتهم ويهرمهم من قسط من أرباحها .

بيد أنه بصرف النظر عن مشاعر باعة الكتب وما يعتل فى نفوسهم من غل ، فإن أية خطة للنشر تتسبب فى كساد أو دوار محال بيع الكتب بالتجزئة ، فيقينا ستكون ضارة بالناشرين وضارة بالمجتمع .

وسوف نعود الى هذه المشكلة - التى لم تحل بعد حلا كاملا - وهى أثر نوادى الكتب فى مصلحة باقى الكتب بالقطاع . بيد أنه ينبغي أن نذكر هنا أن نوادى الكتب ، على الرغم من أنه نظر إليها فى الاصل على أنها تخدم فقط السوق الريفى ، الا أنه اتضح أن لها امكانات فى المدن أيضا .

والشروط اللازمة لنادى كتاب ناجح هى :

١ - عدد طيب من المثقفين القادرين اقتصاديا على شراء الكتب ، لا يتاح لهم الوصول الى محال بيع الكتب ، بالضرورة ، ممن يريدون أو يحتاجون إلى

توجيه وإرشاد في اختيار أى الكتب يشترى ، أو ممن يرغبون في الاستفادة في
ميزة التوفير في السعر بوساطة الشراء من نادى الكتاب .

٢ — نظام بريدى يتميز بالكفلية في توزيع وتسليم الكتب المطلوبة .

٣ — وسيلة ميسورة لتحويل مبالغ صغيرة من النقود بوساطة نظام بريدى
فعال سهل يقوم على أساس « الدفع عند التسلم » ، أو حوالات مالية
بريدية ، أو وجود نظام سائد للحساب الفردى المدفوع بأحدى الوسائل
المعمول بها في هذا الصدد.

٤ — طريقة كلها اقدام وجراة للدعاية والترويج هادفة الى انخراط المشتركين
في سلك نادى الكتاب .

٥ — عتاد موجود للطباعة لانتاج مطبوعات كثيرة بتمن ينخفض كثيرا بحساب
سعر النسخة عما هي الحال في النسخ ذات الحجم الطبيعي .

(ونمما يتعلق بهذه النقطة الاخيرة ، الخاصة بالوسائل الميسرة للطباعة ،
فينبغي الاشارة الى أن التفكير الجيد مطلوب في حالات كثيرة ، أكثر من العتاد
الجيد . فثمة دور طباعة في آسيا وأفريقيا وأمريكا اللاتينية ذات مقدرة وكفاية
وجدارة مادية ، في الوقت الحاضر بالذات ، وفي وسعها اصدار طباعات كثيرة
رخيصة جدا بسعر النسخة ، ولكن الطباعين يفتقرون الى الفهم الواضح
للتكاليف بحيث يستقروا في أداء عمليات موصولة بنفس التكاليف الباهظة التي
تقتضيها الطباعات الصغيرة . أو ، حتى اذا انلحوا في التوفير والتدبير ، فلربما
لا يجنى زيانهم من وراء ذلك شيئا ، لجرد أنهم على غير وعى بها . وهذا
الوضع لم تسلم منه الولايات المتحدة الامريكية وغيرها من الدول المتقدمة .
وهذه مسألة اضافية للناشرين الهادفين لتعلم كل ما في وسعهم أن يتعلموه
عن تكاليف الطبع) .

وقليل من الدول النامية من لديها الامكانيات المتاحة والمقدرة — حالا
ومباشرة — على الوفاء بكل هذه الشروط الخمسة المذكورة .

وخليق بالناشر الذى يفكر فى ولوج هذا النوع الخاص من النشر ان يعتبر مدى ما يصيب خطته من عطب أو بوار اذا ما اخفق فى الوفاء بشرط أو أكثر من هذه الشروط اللازمة .

ولقد افلح عدد من نوادى الكتب فى الافادة من استعمال كتب أصلية حصلوا على تفويض باعادة طبعها ونشرها ، بيد أن العدد الأكبر من النوادى الناجحة (مثل ناشرى الطبقات الثانية للتوزيع الكبير التى سبق ذكرها فى الفصل السابق) اعتمدت على كتب من تحرير ناشرين آخرين . ويتم الحصول على الترخيص باعادة طبعها فى طبقات نادى الكتاب بموجب اتفاق تجارى مع الناشر الاصلى .

وبهذه الطريقة فان ناشر كتاب النادى يوفر . ليس فقط كلفة التحرير ، ولكن يوفر أيضا ، عادة ، كلفة صف أو جمع الحروف فى الطباعة . وهذه الضروب من التوفير ، مضافة الى الاقتصاد الناشئ من اعادة الطبع بكميات كبيرة ، كفيلة بان تمكن نادى الكتاب من البيع بثمن أرخص .

أما بالنسبة لنوادى الكتب الصغرى التى تنشر كتباً فى ميادين متخصصة ، ومن ثم بكميات صغيرة ، فليس من الضروري أن تطبع كتباً على الاطلاق ، وانما فى وسعها أن تقتصر فحسب على شراء نسخة جاهزة من الكتاب من الناشر الاصلى ، وطبعاً بنسبة مئوية كبيرة من الخصم .

وإذا تسنى لنادى الكتب أن يختار كتابه ، قبل أن يذهب الناشر بكتابه الى المطبعة ، فان عدد النسخ التى يطلبها نادى الكتاب يمكن أن تضاف الى العدد الذى كان الناشر سيطبعه على أية حال ، وفى هذه الحالة فان كلفة الناشر فى انتاج تلك النسخ الاضافية خفيفة بان تكون قليلة الثمن جداً ، كما اتضح لنا فى الفصل الثالث .

أما اذا اراد نادى الكتب ان ينتج طبعته الخاصة به ، فان أرخص طريقة ، هى ، عادة ، استئجار صحائف طبع الناشر الاصلى ، اذا كان الكتاب قد تم طبعه بطريقة « الاوفست » . أما فى حالة الكتاب الذى لم يطبع بطريقة الصفائح فمن الممكن تصويره واعادة طبعه بالافوست .

وأحيانا اذا كان الكتاب الاصلى ذا تصميم كبير جدا ، او كان تصميمه من النوع المسرف فى المسافات بين السطور ، فان الدراسة الحقيقة خليقة بأن تبرهن على أن من الأرخص فعلا اعادة صف او جيع الحروف بحيث يمكن اصدار الكتاب فى تصميم أصغر حجما وأقل صفحات بالنسبة لطبعة نادى الكتاب .

أما القدياير التجارية التى تحصل بمقتضاها نوادى الكتب على الاذن من الناشرين الاصيلين لاعادة اصدار الكتب فهذه عادة ما تكون على أساس الثمن بالنسخة بحيث تجمع بين نسبة مئوية من ثمن غلاف نسخة نادى الكتاب (ويحيث يكون العائد مناصفة تقسم بين الناشر الاصلى والمؤلف على نحو ما ، انظر الفصل الثامن عشر) وبين « ايجار الصحائف » اذا استعمل النادى صحائف الناشر فى الطباعة .

وعادة ، لكى يتم اقناع الناشر الاصلى بمنح حق اعادة الطبع على الرغم من أن العدد المحدد للنسخ لم يعرف بعد ، فان نوادى الكتب تدفع قسما مقدما او « ضمنا » يعتبر هو الحد الأدنى الذى يدفع للناشر الاصلى ، ثم بعد ذلك تدفع مبالغ اضافية حسبما يسوغها عدد الكتب المباعة فعلا .

كيف يعمل نادى الكتاب؟

ثمة انواع كثيرة مختلفة جدا من مشروعات نوادى الكتب بحيث يستحيل تسمية طريقة واحدة مشتركة عنها جميعا وتنسحب على كل طرزها . وأنه لمن المبحث نصح أى ناشر فى بلدهميين بأنها أفضل أو أجدى بأن يتبعها ويستعملها . ولعل السياق التالى كفيل بأن يساعد على بيان السبل التى اتخذت فى هذا الصدد .

ولعل بعضها يوحى بالاقتباس أو التطبيق أو التعديل المناسب لكل بلد على حدة ، أو لعدد معين من البلاد .

الاتفاق مع المشترك

يحاط المشترك علما ، بالبريد ، كل مرة (مرة كل شهر فى بعض المشروعات) بأن كتبها جديدا على وشك الصدور من « مختارات نادى الكتاب » .

وعلى المشترك أن يرد على النادى بـرجوع البريد وعلى نفس البطاقة المرسلة من النادى فى حدود أجل مسمى (فى ظرف عشرة أيام مثلا) برغبته أو عدم رغبته فى شراء الكتب . فإذا لم يرد . فمن حق النادى أن يفترض أنه يريد شراء الكتب . (وهذا الشرط ، يعتبر فى نظر الكثيرين أنه السر الحقيقى لنجاح نادى الكتب) .

وليس من المحتم على المشترك أن يطلب كل كتاب يقدمه النادى ، ولكن حسب مقتضيات معظم شروط نوادى الكتب ، فإنه يوافق على شراء عدد معين من السنة (ربما أربعة) . وهو يتسلم ايضا لقاء كل كتاب يأخذه ويدفع أثمن بالبريد ، عادة فى خلال ثلاثين يوما ، أو فى حالة نظام « الدفع عند التسلم » يدفع لمعامل البريد المبلغ الذى يتقاضاه النادى مضافا اليه نفقات التسليم بالبريد الإضافية .

وفى معظم خطط نوادى الكتب ، فإن فى وسع المشترك أن يأخذ أى كتاب سبق لنادى الكتاب اختياره بدلا من كتاب جديد .

ومن ثم ، فإنه فى حالة أى ناد من نوادى الكتب التى لها تاريخ راسخ فى هذا المضمار ، فإن مجال الاختيار واسع جدا أمام المشترك .

وقد تكون ثمة كتب مجانية أو فوائد أو مزايا أو علاوات أخرى بمد أن يكون المشترك قد اشترى عددا معينا من الكتب . وهذه مسألة تتوقف على الخطة المعينة التى يتبناها النادى ، وتتفاوت بطبيعة الحال من ناد لآخر .

وسوف نناقش هذه الامور تحت « الاعراض الخاصة » فى السياق التالى .

وعلى سبيل المثال لا الحصر ، نسوق هنا نموذجا نمطيا لما تحويه البطاقة المرسلة الى المشترك على النحو التالى :

• أرجو ادراج اسمى كعضو تحت التجربة فى نادى كتابكم ، وأرسلوا الى بالمجان موسوعة الفنون التى أعلنتم عنها . وأوافق على شراء أربعة مختارات شهرية أخرى فى أثناء السنة الأولى لعضويتي . ولى الحق فى إلغاء عضويتي

فى اى وقت بعد شراء هذه الكتب الاربعة . فلذا استمرت بعد التجربة، فمن
حقى ان انطقى كتبنا اضافية بالجنان من اختيارى لقاء كل اربعة كتب اشتريها
بائمان النادى المخفضة الخاصة بالاعضاء . وبالنسبة لاختيارى الشهورى
الاول ، نأرجو أن ترسلوا الى مع الايصال الكتب التالى ... » .

النشرة الاخبارية

ان النشرة الاخبارية التى ترسل الى كل المشتركين لها أهمية كبرى من حيث
انها تثير الاهتمام وتحافظ على شغف المشترك ، كما انها حليقة بأن تقنع
المشاركين بشراء المزيد من الكتب على نحو يفوق ما يحدث اذا ترك لهم الاختيار
بدون هذا المحفز .

ومن الملاحظ أن النشرة الاخبارية النمطية قد تخصص على الأرجح ربع
مساحتها للاعلان عن كتابها المختار الجديد ، مع نبذة عن حياة المؤلف وأعماله ،
واقباسى من الاموال التى ذكرها النقاد تقريرا للكتاب قبل طبعه ونشره مع
مقطعات قد تدل على أهميته فى نظر الحجاج من المثقات .

أما بقية النشرة الاخبارية فتخصص لقائمة تحوى أهم الكتب البارزة الأخرى
التي يركزها نادى الكتاب والترفى وسع المشترك (وفق شروط معينة) أن يختار
منها بدلا من الكتاب الرئيسى المعلن عنه ، وكذلك قائمة مقفارة من الكتب الكثيرة
السابقة التى فى وسع المشترك أن ينتقى منها ما يشاء .

وتكون النشرة الاخبارية ، عادة ، مزودة بصورة ايضاحية ، على الأقل
مزدانة بصور المؤلفين ، وأحيانا برسوم منقطة من الكتب .

لجنة الاختيار

لعل أسماء «قضاة» أو حكام كتب النوادى أو أعضاء لجنة اختيار
أصبحت اليوم أقل أهمية مما كانت عليه عندما كانت فكرة نادى الكتاب جديدة
فى مستهل عهدها ، وكان المشاركون الممولون أقل مقدرة على الحكم والاختيار
بأنفسهم .

بيد أنه — حتى في الآونة الحاضرة — فإن كثيرا من النوادي لا تزال تنوء بالاسماء الشهيرة لحكامها من المؤلفين والباحثين من العلماء وجهابذة العلم أو شخصيات نوى شهرة ومكانة مرموقة توحى بالثقة .

ومن المسلم به طبعاً ، أن القضاة لا يستطيعون قراءة كل الكتب المعروضة للفحص ، ولكن قضاة نوادي الكتب الراسخة في الميدان هم الذين يقومون فعلاً بالاختيار النهائي ، وكثيراً ما يزودون الناشر بعبارات أو اقوال ضمنها في النشرة الاخبارية لتفسير وتسويغ اختيارهم .

الترويج

وبسبب أنه لا يوجد نادى كتاب يظفر بتجديد عضوية أعضائه مائة في المائة كل عام ، فإن بعض الأعضاء يتخلون عن عضويتهم على نحو موصول ، ومن ثم فلزام على قسم الترويج أن يكون مشغولاً طوال الوقت في الحصول على أبدال محل الذين تخلوا عن عضويتهم ، وهذا بصرف النظر عن الرغبة الطبيعية في زيادة عضوية النادي بقدر الامكان على نحو موصول أيضاً .

وحملة الترويج ، عادة ما تقدم حجتين :

أ - الاغراءات الخاصة من قبيل الاثمان المنخفضة والكتب المجانية ، الخ ، التي سنتناولها في السياق التالي .

ب - ميزة المختارات السابقة وميزة المختارات الجديدة (فرضاً بأن كليهما من نفس الطراز النفيس) التي تمنح للمشارك كل شهر .

ويستعمل كلا الاعلان بالمساحة في الصحف والمجلات ، والاعلان بالبريد المباشر ، لجذب المشتركين الجدد ، وعادة ما تكون هذه الاعلانات مزودة برسوم ايضاحية جميلة للكتب التي تنتقى منها هذه المختارات .

الاغراءات الخاصة

لعل أكثر ضروب الاغراءات الخاصة التي تمنح للمشاركين الجدد حالياً ، رواجاً ، هي كتاب مجاني ، أو عدد من الكتب المجانية تعطى للمشارك وقت

توقيعه على صك الاشتراك دون أن يدفع أى شيء على الإطلاق ، اللهم الا موافقته على أن يشتري (مثلا) أربعة من الاثنى عشر كتابا مختارا من الكتب المقدمة فى العام القادم .

وثمة اغراء آخر ، كثيرا ما يمنح وهو كتاب مجانى فى مقابل كل أربعة تشتري .

وثمة وسيلة أخرى لا تتضمن اية كتب مجانية ، وانما تقاضى الثمن بسعر منخفض جدا عن ثمن البيع المكتوب على الغلاف لكل كتاب يأخذه المشترك ، وبعض النوادي تجمع بين عنصر أو أكثر من كل هذه الخطط على نحو ما .

شكوى بائعى الكتب

هذه الاغراءات الخاصة ، طبعا ، هى التى تثير الاحتجاجات المرة من جانب بائعى الكتب .

ولقد كانت هناك أوقات عندما كان فى وسع المشترك فى أحد نوادي الكتب أن يشتري كتابا ما بثمن اقل مما فى وسع بائع الكتب أن يشتريه من الناشر مع خصم البيع المهود لبائع الكتب ؟

ولقد حاولت نوادي الكتب ، والناشرون الذين يتعاونون معها التصدى لهذا بطرق عديدة تشمل اتخاذ تدابير يستطيع بائع الكتب فى ظلها أن يأخذ هو نفسه المشتركين فى نادى الكتاب ويتقاضى نسبة معينة عنهم ، بيد انها لحقيقة فعلا ان بائعى الكتب لن يتحمسوا ابدا ، أو يهشوا ويهشوا لنوادي الكتب .

وخير ما يرجى هو أن معظم المشتركين فى نوادي الكتب — كما تقرر نوادي الكتب ، وكما سبق أن نكرنا فى الفصل السابق فيما يتعلق بالتوزيع الكبير للكتب — لن يكونوا زبائن دسمن لحل بيع الكتب حتى ولو لم توجد نوادي كتب على الإطلاق .

وانه لصحيح حقا ، فى عدد من الدول الغربية ، أن نوادي الكتب الرئيسية قد ساعدت فى تنمية عادة القراءة المنتظمة بين ملايين من الناس ، وإن طائفة منهم

سوف يصبحون زبائن لمحل بيع الكتب ، على الرغم أنه من المرجح أنهم ، لولا تلك النوادي ماكانوا ليقرأوا الكتب أو يمسوها ، فضلا عن أن يقرأوها أبدا .

ان مشكلة نادي الكتاب ضد محل بيع الكتاب ليست مشكلة هينة لا تحوج الى رأى أو اجتهاد . ينبغي اتخاذ كل سبيل ممكن لحمالية مصلحة بائع الكتب والبقاء المستمر لمحل بيع الكتب ، مهما تكن حجج نوادي الكتب قوية اذا اعتبرت بحد ذاتها .

نوادي كتب المدرسة

وثمة نوع خاص من نوادي الكتب لقي نجاحا كبيرا في الولايات المتحدة الامريكية ، الا وهو نادي كتاب المدرسة ، الذي يستعمل احدى المجلات القومية المدرسية كأساس وركيزة .

وفي ظل هذه الخطة ، فان المعلم أو لجنة الفحص التي يمينها المعلم ، تعمل بمثابة وكيل للجمع واخذ الطلبات .

وهناك نوادي كتب المدرسة لخطف الاسنان للنائشة ولخلف انواع الكتب .

كتب الاشتراك

ان نشر كتاب الاشتراك شيء شبيه بعملية نادي الكتاب في أنه لا يعتمد كثيرا على محال بيع الكتب ، وانما يستعمل على اوسع نطاق ممكن الاعلان بالمساحة والاعلان بالبريد المباشر . ولكن بيع الاشتراك عادة ما يستعمل على نطاق واسع طريقة البائعين المتجولين الذين يطرقون الابواب . والقيمة المالية للكتب المبيعة خليقة بان تكون كبيرة جدا . ومن ثم فهي تستحق المضي الى ابعد الاماد وبذل كل الجهود للحصول على مشترك .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك في كثير من الانواع المختلفة من الكتب ، ولكن اكثر الامثلة المعروفة المألوفة هو الموسوعة ذات المجلدات العديدة . وبصفة عامة فان بائعي الاشتراكات يحاولون التعامل في الكتب التي لا توجد بانتظام في محال بيع الكتب .

والدفع بالاتساع هو العادة المألوفة ، أحيانا على أساس مجلد بعد مجلد حيث ان الكتب تسلم على مدى فترة من الزمن ، وأحيانا على أساس ربع أو أية نسبة أخرى من الثمن الكلى ، فى كل قسط على حدة .

وفى بعض المشروعات فإن السلسلة برمتها تسلم للمشتري منذ البداية (إذا فتح المشتري حسابا معتمدا لذلك) ، وأحيانا يوجد اغراء خاص مثل مجلد اضافى أو محفظة ترص فيها المجلدات على سبيل المكافأة لدفع الثمن بالكامل مقدما .

ولقد استعملت طريقة الاشتراك بنجاح فى أمريكا اللاتينية ليس فقط بالنسبة لسلامل الكتب فى مختلف الميادين ، ولكن أيضا بالنسبة للكتب الطبية وعلى نطاق واسع جدا .

الدرس المستفاد من نوادى الكتب

وربما لا تكون وسائل نوادى الكتب وكتب الاشتراك مفيدة ، حاليا ومباشرة فى كل الدول النامية ، ولكن الدرس الذى تقدمه تلك الاختراعات فى نشر الكتاب قد لا يكون الخطوة المعينة المتبعة بقدر ما هو الخيال الابداعى الخلاق الذى اصطنع وانشأ طرائق ووسائل لبلوغ ملايين الناس ممن ما كانوا ليشتروا كتابا حتى ابتدعت تلك الحيلة الجديدة .

وليس فى وسع اى اجنبى ان يقول بالضبط أية خطة خليقة بان تنجح فى اى بلد ، بيد أن الناشرين نوى العقول الناشطة والرغبة الصادقة فى الجمع بين الكسب وبين خدمة مواطنيهم ، قد يجدون طريقا على الصراط المستقيم .

الترجمة : نافذة على العالم

ان الترجمة تفتح نوافذ على العالم وتسهم فى تفنية العقل واثراء الروح على نحو لا سبيل اليه بأية طريقة أخرى . وإيا ما كلفت مرحلة التطور التى بلغها بلد ما ، فلا جدال فى أنه لا يستطيع المضى فى سبيله بدون كتب مترجمة .

بيد أن مشروعات الترجمة لها صعوباتها ومشكلاتها الخاصة بالنسبة الى الناشر ، ليس فقط فى الاعداد الخاص بالتحجير ، ولكن أيضا على المستوى العملى والاقتصادى .

وهذا الفصل سيعالج بين الامور التى يختلف فيها نشر التراجم عن النوع العادى من الكتب .

وطوال العصور ، كانت التراجم من بين أكثر الكتب تأثيرا ونفوذاً .

والعالم الغربى بصفة خاصة يدين بالفضل العميق للآثراء والاحياء والتنبيه التى جاءت اليه عن طريق التراجم التى تمت فى بلاد هارون الرشيد والمأمون ابان العصر الذهبى لبغداد .

ولا جدال فى أن التراجم التى نقلت من التراث اليونانى الى العربية ثم فيما بعد من تلك التراجم ومن الأعمال الاصلية لعلماء العرب والفرس الى اللغات الأوربية ، قد أسهمت بنصيب يعتبر من أهم ضروب الاسهام فى عصر النهضة الأوربية .

ولكن المرء خليق بالآ يحصر تفكيره فى فترة واحدة أو طور أو عصر واحد لكى يجد أمثلة على مدى وكيفية تأثير الترجمة فى الفكر الغربى .

ان افلاطون ، وأرسطو ، والرازي ، ومونتسكيو ، وجفرسون ، ولوك ،
وماركس ، وفرويد واينشتين وأورتيجا كلهم يدورون بخلفنا كمفكرين كان
تأثيرهم عن طريق الترجمة أعظم من تأثيرهم باللغات التي كتبوا بها .

على أن فائدة التراجم ليست مقصورة على التبادل الثقافي بين الدول أو بين
العصور القديمة والحديثة . ففي الدول الكبيرة التي تستعمل لغات كثيرة ،
تستطيع التراجم من لغة محلية الى أخرى . أو من اللغة المحلية الى اللغة
القومية : أن تساعد في خلق روح الاخاء والتفاهم في نطاق الأمة الواحدة .

وفي الدول النامية قد يكون ثمة مسوغ معين للتراجم كبديل مؤقت يحل
محل انواع معينة من الكتب سوف تؤلف وتكتب محليا على سبيل الانشاء
الاصيل — بيد أبنائها فيما بعد .

فهى اذن مجرد وسيلة للحصول على أنواع معينة من الكتب المحتاج اليها ،
بسرعة ، قبل أن يتسنى للكتاب والناشرين المحليين بلوغ نقطة انتاج انشائهم
الاصيل .

ولكن بعد أن يتم اشباع تلك الحاجة المؤقتة بالكتب المحلية — فستظل دائما —
والى الابد — رغبة وحاجة وضرورة في الإبقاء على فتح « النوافذ على العالم »
من طريق التراجم من الدول الأخرى ، مهما تبلغ الكتب المؤلفة محليا من
الكرة كما ومن التفوق كيف .

وان المرء ليلاحظ في الولايات المتحدة الأمريكية ، مثلا ، أنه كلما أصبح
التأليف المحلى أكثر نموا واطرادا زاد عدد التراجم المنشورة .

وباستثناء أنواع معينة من الكتب (على سبيل المثال الكتب الدراسية للناشئة
في المرحلتين الابتدائية والثقوية) التي ستفضل دائما باتشائها لأصيل على
الترجم ، فإن الكتب من الطرازين — الانشاء الاصيل والمترجم — لا تنافس
بعضها بعضا ، وانما في الواقع من الأمر تشدد أزر بعضها بعضا ، وتشجع
بعضها بعضا ، مافى ذلك أدنى ريب .

ان تطور وتنمية وارتقاء نشر الكتاب ، مسألة تسير على نهج ارتقائى فى وحدة متكاملة ، والاهتمام بالترجمة وتشجيعها ودعمها بالبدد اللازم ، مستمر على نحو موصول .

والدول الغربية وخصوصا الولايات المتحدة الأمريكية كانت بطيئة ومتراخية ومحجة فى ادراك الحاجة الى الترجمة من المصادر الاسيوية والافريقية والأمريكية واللاتينية ، وشملت مراكز النقل بتركيز شديد جدا فى الماضى على التراجع من لغة أوروبية الى لغة أوروبية أخرى .

ولكن هذا الخطأ موضع تصحيح واستدراك فى هذه الآونة .

ولايزال الشوط طويلا فى هذا المضمار .

وشمة حاجة الى انجاز الكثير فى هذا الصدد . وآية ذلك أنه فى الولايات المتحدة الأمريكية قد زاد نشر التراجم من آسيا وافريقية وأمريكا اللاتينية فى السنوات العشرين الماضية بحيث فاق كل ما سبق فى تاريخ أمريكا منذ كان لها وجود .

وسوف نتناول فى هذا الفصل تلك النواحي الخاصة بمشروعات الترجمة من وجهة نظر الناشر :

١ - اختيار الكتاب .

٢ - الخطوات العملية فى سبيل الترجمة .

٣ - مسائل الموامة والتعديل والتكييف عند الترجمة الى اللغة الجديدة .

٤ - وبعض المشكلات الاقتصادية .

١ - اختيار الكتاب

لأن بعض المنظمات او المؤسسات الأجنبية كثيرا ما تكون متضمنة على نحو ما فى مشروعات الترجمة ، فان أول وأهم شيء يذكر فى موضوع اختيار الكتاب هو أن اصحاب الشأن من الناس الحليدين هم الذين يجب أن يختاروا الكتب .

والذين يقومون بهذا الاختيار أو يشيرون على الناشر بشأن الكتب التي سوف يفاير براسماله في نشرها، ينبغي ان يكونوا ليس فقط ذوى دراية وكفاية ومقدرة تامة فى اللغة التى سيقترجم منها ، ولكن - وينفس الدراية والكفاية والمقدرة - ذوى فهم وفقه لحاجات واهتمامات القراء فى اللغة المترجم اليها .

وما لم تتوافر هاتان الخصيستان فيمن يتصدون للاختيار فلن يقدر للكتب الصحيحة أن تختار .

وثمة مسألة هامة يجب أن تكون دائما نصب العين ، وهى : هل القراء الاضافيون لنسخة المترجمة سيكونون عبيدين بدرجة كافية تسوغ النفقة ؟

فمثلا ، انه لمن المعبث والسخف انفاق المال والجهد والوقت فى ترجمة مؤلف انجليزى فى الطبعة النووية الى احدى اللغات الافريقية فى غانا حيث ان كل قارئ كءء لاستعمال المكتب قد تعلم باللغة الانجليزية .

ومن جهة أخرى فان ترجمة مثل هذا المؤلف الى اللغة البرتغالية خليق بأن يجعل الكتاب فى متناول آلاف من القراء البرازيليين الذين ليس فى وسعهم استعمال المؤلف الاصلى ، بسهولة ويسر .

وكذلك الأمر بالمقياس الى حالة أخرى . فان ترجمته الى الفرنسية كفيلا بأن تجعله يصل الى آلاف من الافريقيين الذين لولا هذه الترجمة ما وجدوا اليه سبيلا ولتعذر عليهم الافادة منه .

وثمة مسوغ مماثل للترجمة الى اللغة القومية فى اتدونيسيا حيث تعلم الجيل القديم باللغة الهولندية ، وتعلم الجيل الحديث باللغة الباهاسية الاندونيسية .

وطبعا ، هناك أنواع معينة من الكتب تصعب جدا ترجمتها ترجمة سليمة . فالشعر مثال واضح فى هذا الصدد . وثمة أناس يقولون ، جزما وبقا : ولا يمكن ترجمة الشعر .

وقد يكون هذا صحيحا تماما .

ولكن الامر يحتاج الى شاعر ملهم لترجمة الشعر ، ومن المرجح انه اخلق بأن ينشئ قصيدة جديدة عن الموضوع الاصلى بدلا من أن يترجم شعر غيره .

ومن المؤكد أن كثيرا من دارسي الادب الفارسي يقولون أن الترجمة الانجليزية الشهيرة لرباعيات عمر الخيام التي نقلها فيتز جيرالد « قد تكون أدبا بارعا ملهما ، ولكنها ليست عمر الخيام » .

على أن الشعر ليس سوى أوضح مثال لنوع الادب الذي تكون فيه الكلمات بحرفها ونصها تماما في الانشاء الاصيل ذات لون وجرس ونغم ومعان مضمرة أو مجازية لا يمكن نقلها بالضبط في الترجمة مهما يكن حظ النقل من النفقة في اللغة المنقول عنها .

بيد أن هناك أنواعا أخرى كثيرة من الكتب لها نفس المشكلات وهذا صعب بصفة خاصة في كتب الناشئة التي تتضمن سحما أو استعارات أو ألقاظا مجازية ، لا يمكن أن تكون واحدة في لغة جديدة .

ومن ثم فلزام على الذين يختارون الكتب للترجمة أن يحكموا على صعوبة مثل هذه المشكلات بالقياس الى القيمة الكلية للكتاب نفسه .

وبصفة عامة ، يمكن القول بأنه كلما انخفض مستوى التعلم ومعرفة القراءة والكتابة - زادت صعوبة جمل الترجمة آمنة ومطابقة للأصل ، وفي نفس الوقت مثيرة لاهتمام القارئ وجذابة لشغفه الى درجة كبيرة .

وعلى النقيض ، كلما ارتفع مستوى التعلم ومعرفة القراءة والكتابة ، سهل على الكاتب الماهر أن يترجم ترجمة سليمة تجيع بين الدقة وبين سهولة القراءة (فيما عدا ، طبعا ، ترجمة الكتب التي تنصدي للتكنولوجيا الحديثة التي ربما تكون مصطلحاتها غير موجودة في اللغة المترجم اليها) .

وفي ميدان القراءة الإضافية ، فإن المترجم يمكن أن تكون مفيدة على الأخص في « فتح النوافذ » باعطاء افكار وانطباعات عن كيف يعيش الناس في أجزاء أخرى من العالم .

وعلى الرغم من صعوبة انجاز تراجم جديدة لكاتب الأطفال كما سبق أن ذكرنا فإنها جديرة بالحولة وبذل الجهد لتوسيع آفاق قراء الطبعات المترجمة .

ان كلا الكتب المترجمة والكتب الاصلية التى تمالغ شخصيات اجنبية ومشاهد اجنبية ، لقيت رواجاً منقطع النظير لسنوات عديدة فى السوق الامريكية لكاتب الناشئة .

ان شخصيات فريماند ، وبابار ، وهيدى ، وبينج ، وعلى بابا ، وشهر زاد - من اسبانيا ، وسويسرا ، وفرنسا ، والصين ، وبغداد . كانت ولا تزال هى أحب الشخصيات القصصية فى كتب الناشئة فى الولايات المتحدة الامريكية مثلما هى الحال فى كثير من الدول الأخرى حيث يهيم بها الأطفال شغفا .

لما كتب القراءة الاضافية ذات الصيغة الاعلامية مثل العلوم المبسطة فهذه يمكن ترجمتها بتصرف وتعديل يلائم الطابع المحلى وحاجاته ، كما هو مشروع فى سياق لاحق من هذا الفصل . وهى خليفة بأن تبلغ الذروة فى القيمة والجدوى فى تنمية الاهتمام والوعى بالقراءة وكذلك فى امتداد التثقيف والعلم خارج نطاق قاعة الدرس بحيث يكون له ظهيرا .

وموجز القول بشأن اختيار الكتب أن كل كتاب يختار للترجمة ينبغى ان يحكم عليه ليس فقط من حيث قيمته فى حد ذاته فى طبيعته الاصلية ، وانما بالقياس الى قابليته لأن يترجم ترجمة تتسم بالجاذبية والمغزى والطلاوة والابداع .

وثمة مسألة أخرى فى هذا الصدد وهى هل التصرف فى الترجمة وتعديلها للامانة الطابع المحلى تعديلا منسبا ، خلاق بأن يجعل اختيار الكتاب صوابا . حتى ولو لم يكن مناسبا كليا فى ترجمة مباشرة بلا تعديل ولا تكييف ؟

٢ - الخطوات العملية فى سبيل الترجمة

بعد اختيار الكتاب ، فان أهم خطوة تالية من جانب الناشر فى أى مشروع ترجمة هو اختيار المترجم ، وما أكثر التراجم - التى تراكمت فى كل العصور والبلاد - على يد ملجورين لاحظ لهم من الالهام أو الذوق الأدبى .

ان الحصيلة ان تكون سوى كتب رديئة اذا اقتصرتم بقدر المترجم على مجرد الصبر فى النقل من لغة الى أخرى حتى لو التزم الامانة فى مطابقة المنقول للانشاء الاصيل وكأنه فرغ من امره ثم يقبض أجره وينقل الى مشروع آخر . وحتى البعض من اقدر الكتاب من ذوى المكانة الادبية الممتازة بالنسبة لما يؤلفون وينشئون بلغتهم الاصلية ، قد ينزلقون ولو بغير ارادة الانزلاق الى ذلك الموقف عندما يترجمون .

ومن ثم فان الحاجة لا مراء ، تتطلب اناسا ذوى معرفة كاملة باللغة الاصلية ، واسلوب جيد فى لغة الترجمة (التى يجب ان تكون هى لغة المترجم القومية) واحساس بان الترجمة انما هى مناهضة متحدية على مستوى رفيع ، وعمل ادبى خلاق فيه صعوبة وعسر ، ولكنه فى نفس الوقت يعطى الجزاء الكافى والمكافأة المرضية .

بيد ان هناك شرطا آخر مطلوبا من المترجمين الى جانب الشرط المتعلق باللغة . ففى كتب الحقائق والاعلام بصفة خاصة يجب على المترجم ان يكون متفقا فى الموضوع الذى يعالجه الكتاب .

ولان هناك كثيرا من الدول النامية يقل فيها عدد من يملكون المقدرة البارعة فى كلتا اللغتين ، فاحيانا ما يكون من المستحيل العثور على أى شخص واحد يجمع بين صفتى المترجم الجيد والمتخصص المتفقه فى موضوع الكتاب .

وفى تلك الحالات فان احسن حل قد يكون هو اصطناع فريق متعاون من شخصين احدهما خبير فى موضوع الكتاب والاخر صاحب مهارات وقدرات لغوية يؤدى وظيفته فى الترجمة مستعينا بمعرفة العالم الخبير فى المادة . فمثلا ، بالنسبة لكتاب اطفال عن الحيوانات ، فان الفريق قد يتكون من عالم بالحيوان وكاتب له خبرة ودربة فى الكتابة للناشئة .

واذا لم يكن من الميسور توافر فريق من اثنين للاضطلاع بالترجمة الفعلية، فمن الممكن على الاقل ان يختار كمراجع من هو قادر على فحص الترجمة قبل الطبع . على ان تكون لديه الموهبة الفنية التى يفترق اليها المترجم .

ثم ان كل ترجمة ينبغي ان يكون لها مراجع مهما يكن حظ المترجم من المقدرة
او الشهرة . .

وحتى في الحالات التي يجمع فيها المترجم بين العلم بالمادة كحجة وثقة وبين
مهارة الاسلوب ككاتب من الطراز الاول فان وجود المراجع خليف بان يكون
نافعا على أية حال ، ولو في منع البلبلة والقموض بالنسبة للقارئ ان لم يكن
في منع الخطأ الفعلي في الترجمة .

وفي كثير من الدول رسخ تقليد المترجم والمراجع كفريق متعاون بحيث ان كلا
الاسمين يظهران عادة على صفحة العنوان . ولا يرى المترجم أية غضافة او
مساسا بكرامته العلمية اذ ينال المراجع التقدير والاعتراف بالفضل من الناس
لقاء هذا العمل . وفي هذه البلاد يوجد نظام للاجور أصبح في حكم العرف
المعمول به في مكافأة هذين الزميلين الشريكين ، حيث يأخذ المراجع ما قيمته
ثلث اجر الترجمة الذي يتقاضاه المترجم .

وحيث ان هناك مشكلات متنوعة ومتعددة تكاد تكون مقصورة على كل لغة
على حدة للترجمة الى كل اللغات التي تعنى قراء هذا الكتاب فلا جدوى من
محاولة أى مناقشة تفصيلية لها هنا .

على أن أعظم مشكلة عامة طبعا ، انما تنجم من الانتقال الى معاجم
« قواميس » جيدة ذات لغتين بين اللغات الأصلية ولغات الترجمة .

وبسبب هذا الافتقار ، فان الناشرين الذين لهم خبرة طويلة في أعمال الترجمة
يستعملون عديدا من الأبدال المتاحة التي تحل محل هذه المعاجم « القواميس » .

ومن بين هذه الأبدال التي تحل محل المعاجم « القواميس » ذات اللغتين ،
فان من أكثرها غلدة مجموعة الفهارس ومعاجم الشروح والمصطلحات
الموجودة في الكتب التي سبق نشرها عن نفس الموضوع .

صحيح انها كلها قد لا تكون متسمة بطابع الحجة العلمية الدقيقة ، ولكنها
على الأقل خليقة بأن تدل المترجم على المصطلحات والألفاظ التي آثر من
سبقوه استعمالها في نفس المادة .

وعلاوة على ذلك ، فثمة طائفة كثيرة من المعاجم والفهارس الجزئية ذات اللغتين اصدرتها معاهد ومؤسسات وهيئات علمية مثل مجمع اللغة العربية فى مصر وغيرها ، وديوان باهاما دان بوستاكا فى كوالا لامبور ، ووزارات التربية والتعليم فى كثير من الدول .

وفى أى عمل من اعمال البحث العلمى ، خصوصا فى الميادين العلمية التى لم تستقر وثبتت ثبوتها كاهلا بعد ، وليس الاتفاق عليها علما بين أهل الذكر ، فمن المفيد للمترجم أن يترجم الفهرس قبل أى جزء آخر من الكتاب . ولهذه الطريقة قيمة خاصة عندما يعمل فريق من عدد من المترجمين فى ترجمة مؤلف كبير حيث تدعم الحاجة الى الاتفاق على المصطلحات من البداية .

والناشرون الذين يدلون بدلهم على نحو موصول فى نشر كتب فى ميدان معين بالذات ، أحيانا يعنون بطاقة فهرست لكل فهارس الكتب التى نشروها فى ذلك الميدان .

وحيث لا تكون ثمة كلمة متفق عليها عموما بالاستعمال فى الترجمة فيجب اتخاذ قرار بين صياغة واصطناع كلمة جديدة — أو كما هو الإجراء المتبع فى أغلب الأحيان فى معظم اللغات الغربية على الأقل فى العلوم — محاولة اتخاذ الصيغة الدولية للكلمة ، مع شىء من التمديل اللطيف أو الاختلاف فى التهجى .

وطبعا ، من المسلم به أن أعظم مشكلة عسيرة فى كل أعمال الترجمة هى : هل يتمين أن تكون صحيحة ومطبقة حرفيا ؟ أم ينقل المعنى الكامل للمؤلف حتى ولو لم يكن أداء ذلك بالترجمة الحرفية كلمة كلمة ؟

ولا يمكن الاجابة عن هذا السؤال على نحو عام يتضمن عموم التطبيق وعموم المريان .

فكل مسألة فى هذا الصدد ينبغى أن يبت فى أمرها على حدة ، ليس فقط عقل المترجم وإنما أيضا ضميره . أما الشىء الوحيد الذى لا يفتقر فهو أن يعتمد المترجم الى حذف الفقرات أو العبارات الصعبة دون أخذ رأى الناشر وموافقته على هذا الحذف .

وكتعليق آخر على مشكلات المترجمين ، ينبغي القول بأن معدل الأجر ، على أساس عدد الكلمات ينبغي أن يكون أعلى بالنسبة لكتب الأطفال عما هو عليه بالنسبة لأية كتب أخرى لأن عدد الكلمات قليل ولكن البراعة الفنية في الترجمة والجهد المبذول في جعلها ملائمة لمستوى مدارك الطفل في لغته ، أمور عسرة تتطلب دقة وعناء .

٣ - الملاءمة أو التعديل

ان الضمير ، وكذلك الذكاء ، يلعبان دورا رئيسيا في القرارات التي تتخذ بشأن الملاءمة أو التعديل كما هي الحال في مسألة الترجمة الحرفية التي سبق ذكرها ، وخصوصا في كتاب يتصدى لقضية خلافة ، فمن الجلى انه من الاخلال بواجب الأمانة العملية اجراء اية ملاءمة أو تعديل أو تنقيح ، حتى ولو اقتصر الأمر على اختيار حذف بعض العبارات على نحو يغير الفكرة أو الرسالة التي يحاول المؤلف اعطاها للقارئ .

بيد ان الملاءمة الحسنة أو التعديل الحكيم ، من الممكن ان يكون من أفضل الطرق التي تجعل الكتاب — في ترجمته — بنفس القيمة والمغزى تماما مثلما هو في لغته الأصلية سواء بسواء .

وثمة درجات ونسب كثيرة للملاءمة ، تتفاوت من تغييرات طفيفة في الكلمات أو التحويل للمقاييس الى الرموز والأعداد المألوفة وماشابه ذلك، الى تغييرات كبيرة تتضمن حذف أو اضافة لفصول كلمة ، أو تبديلا لاحتلال نموذج غنى جديد كليا مكان الأصل ، أو في الحالات المتطرفة كتابة مؤلف جديد — في الواقع من الأمر — على أساس المؤلف الأصلي .

وشبيه بعملية الموازنة هو ان يعهد بكتابة مقدمة للكتاب يكتبها أحد الكتاب المحليين المشهورين أو أحد العلماء المختصين في موضوع الكتاب المترجم . وهذا يساعد القارئ وهو يستهل قراءة الكتاب على تبين الأهمية المحلية للعمل الوارد من الخارج ، الأمر الذي قد يبدو « اجنبيا » و « غريبا » لولا هذه المقدمة .

وفى كتب الحقائق والمعلومات ، فان المتن خليق بلن يكون اكثر اساغة وفهما
اذا ضربت الأمثلة من الثقافة المحلية بدلا من ذكر أمثلة مستقاة من أشياء أو
عادات من وراء البحار .

وانه لن المستحيل ، أو على الأقل من الخطأ عادة ، فعل ذلك في أعمال
القصص حيث يكون المشهد الإجنبي أو مسرح الأحداث جزءا متكاملًا من سياق
القصة ، وفى نفس الوقت قيمة من قيم « فتح النوافذ » الموسوعة للترجمة .

وانه لن المبعث والسخف على سبيل المثال ، اذا تناول الغربيون قصة
« حلقى بلبا » بالتعديل أو الملاءمة وأطلقوا على البطل اسم « بوب ايفانز
الليفربولي » ، وحذفوا كل الدلالات والإشارات الإصهائية التى تمنح للكتاب
سحره وطلاوته وحلاوته وميزته الخاصة .

وعلى سبيل الاقتراح فقط ، فلننا نقدم فيما يلى أمثلة وأنواعا وضروبا من
التعديل أو الملاءمة التى يجدر النظر فيها واعتبارها ، وهى مستقاة من
قوائم الناشرين فى مختلف الدول ، الذين تعاونوا مع مؤسسة فرانكلين ابان
الائنى عشر علما الأخيرة .

١ — فى كتاب للناشئة عن النساء اللاتى أصبحن شهيرات ، حذفت الطبعة
الاندونيسية فصلين من فصول الكتاب عن نساء الغرب ، واضافت فصلين
جديدين عن امرأتين اندونيسيتين مشهورتين هما : كارتينى وماريا اولفا
سانتوزو .

٢ — فى الطبعة البنغالية من كتاب للأطفال عن الجو ، حلت أمثلة عن جو
جنوب آسيا محل الأمثلة الخاصة بأمريكا الشمالية فى الكتاب الاصلى .

٣ — فى كل التراجم التى تتم تحت إشراف فرانكلين ، لموسوعة كولومبيا
المبسرة . Columbia - Viking Desk Encyclopedia

استبعدت الهيئة القائمة بهذا العمل فى كل دولة آلاف المدخلات ذات الطابع
الغريب البحت والتى راوا عدم أهميتها للقارىء المحلى ، وكتبوا آلاما من

المخلات الجديدة عن الدين والتاريخ والفن والحيوانات والنباتات ذات
الاهمية المحلية .

٤ - فى طبعة عربية لكتاب فيه استشهادات من آيات من الانجيل ، زود المحرر
الكتاب بتفصيلات تنص على الآيات المناظرة من القرآن الكريم .

٥ - فى مئات من طبعات كتب المعلومات التى تبين للناشئة كيف يجرون
التجارب ، او التى توضح التجارب الشارحة للحقائق العلمية ، رسمت اشكال
جديدة لقبين الوجوه المحلية والأزياء المحلية والأشياء المحلية المألوفة بدلا من
الأمثلة الأجنبية الواردة فى الكتب الأصلية .

٦ - فى الطبعة الأوردية ، المقدمة عن فن الرسم بالألوان للناشئة ، حذفت
بعض الصور والرسوم الأصلية التى تعتبر مكروهة أو حراما فى بلد اسلامي،
وحلت محلها رسوم جديدة تعرض بعض أعمال الرسام الباكستاني العظيم
تشوغاتى .

٧ - فى كل طبعات كتاب « هذا مذهبى » التى نشرت تحت اشراف مؤسسة
نرانكلين ، ترجم من الكتب الأصلية عدد من الفصول وقام بعض مشاهير
الكتاب فى الدول التى نشرت فيها الطبعات المترجمة ، بكتابة عدد مماثل لها .

٨ - فى الطبعة البرتغالية لكتاب أمريكى بعنوان « مرشد الآباء فى قراءة
الأطفال » قام المحرر البرازيلى بإحلال أمثلة لكتب بالبرتغالية محل اسماء
الكتب الانجليزية المذكورة فى الكتب الأصلية .

٤ - اقتصاليات نشر التراجم

من وجهة نظر الناشر ، فإن اهم حقيقة أساسية اقتصادية عن نشر التراجم
هى أن هناك حاجة غالبا لدفع مبلغ اضافى للاعداد القهريين .

وما لم يكن الناشر « قرصانا » أو كان ينشر أعمالا لم تدخل بعد ضمن
اتفاقية حقوق النشر ، فيجب عليه أن يدفع شيئا كجمل للمالك الأصلية فى

البلد الأجنبي . وفضلا عن ذلك فلزاما عليه ان يدفع اما حق النشر ، واما مبلغا متقفا عليه للمترجم والمراجع في بلده .

ولهذا السبب الخاص بالنفقة المزدوجة ، فان الناشرين عندما يبيعون حقوق الترجمة لناشر في بلد آخر ، فاقهم عادة يدركون الاتصاف والعدل في اقتضاء أجر اقل مما يتقاضونه عادة عن كتب بلغتهم .

وثمة مشكلة اضافية خاصة عندما تكون مستويات الاقتصاديات في البلدين مختلفة تمام الاختلاف بعضها عن بعض ، ذلك ان مبلغا قد يبدو عادلا ومجزيا من وجهة نظر الناشر الاصلى ، قد يبدو امرا مستحيلا عندما ينظر اليه بحسب الاقتصاد المحلى للناشر الذى يريد اصدار الترجمة . وفى هذه الحالات فان الناشر الذى يبيع الحقوق ، اذا كان حكيما ومحكما وذو خبرة ، فانه قمين بان يكيف تفكيره ومعدلات اجوره للظروف والاحوال الجديدة .

وثمة مشكلة اخرى ، تتصل بهذه جزئيا ، تنجم في البلاد التى تفرض ضريبة عالية جدا على اموال حقوق الطبع والنشر التى تحول الى الناشر الاصلى ، لدرجة ان المبلغ الذى يدفعه الناشر المترجم قد يقتطع الى النصف تقريبا عندما يصل فى النهاية الى بلد المالك الاصلى لحقوق الطبع والنشر .

وفى هذه الحالات ايضا ، فلا بد من اتباع قاعدة منطقية معقولة . ينبغي للناشر المترجم ان يكون مستعدا - اذا اراد الاستمرار فى اصدار تراجم ، واذا لم تكن ثمة فرصة لتغيير قوانين الضريبة في بلده - لان يدفع اكثر لقاء حقوق الترجمة وازيد مما يحسب انه يجوز دفعه في حالة انتفاء هذه الظروف .

وهناك حقيقة اقتصادية ينطوى عليها كل شئ عن التراجم ، وهى ان المؤلفين الاجانب ليسوا معروفين جيدا ، بصفة عامة ، وان الناشر يجب عليه مرارا وتكرارا ان يولى عناية خاصة ، وربما يدفع كلفة خاصة ، في الدعاية والترويج لى يوازن النقص الموجود فى الاهتمام التلقائى .

ان اسم المترجم واسم المقدمة ، والرسوم الفنية الجديدة لتصميم الغلاف وزخرفته ، وجاذبية العنوان في اللغة الجديدة المترجم اليها — كل هذه العناصر خليقة بأن تكون مفيدة ومجدية في ترويج أى كتاب مترجم .

ان اشراف اونو لكتاب بوروي مترجم عن الأمريكية كان بلا ريب المسبب في أنه أصبح أروج كتاب طراً في بورما على نحو موصول .

خاتمة

لأننا اولينا قسطاً كبيراً من الاهتمام للمشكلات والصعوبات الخاصة بعمل الترجمة ، فنبغى لنسا أن نؤكد حقيقة أن كثيراً من أنجح مشروعات النشر وأعظمها فلاحاً في التاريخ كله — اتجهت بالقياس الى ربح الناشر ، وكذلك بالقياس الى تأثيرها وقيمتها الادبية — كانت تراجم .

ان « الكتالوج » الأمريكى العام « كتب الغلاف الورقى تحت الطبع » الذى يسرد قائمة بأسماء الكتب التى راجت جداً بحيث اعيد طبعا بأعداد كبيرة فى نسخ مغلقة بالورق ، يشمل مئات ومئات من التراجم . وفى فرنسا فى فترة خمس سنوات تنتهى بعام ١٩٦٤ ، فلن عدد الكتب المترجمة التى نشرت كان ثمانية آلاف ، أى ١٢ مرة فى المئة من مجموع كل الكتب التى نشرت فى فرنسا ابان كل تلك السنوات .

وليس ثمة ريب فى أن التراجم سوف تستمر فى أن تنشر فى كل البلاد ، سواء المتقدمة أو النامية ، وسوف تستمر فى الإسهام ، مثلما أسهمت طوال التاريخ ، ليس فقط فى نقل افكار كبار المفكرين فى كل الأمم ولكن ايضا فى اعطاء الناس الاحساس بالمشركة فى حياة الآخرين فى العالم بأسره .

الجزء الرابع
البناء من أجل المستقبل

المكتبات ، ومعرفة القراءة والكتابة ، وتنمية القراءة

ان ناشري الكتب الذين يبتغون بناء مستقبلهم ، بالاضافة الى الاسهام في التقدم التربوي والاقتصادي لبلادهم ، خليقون بأن يفعلوا كل ما في وسعهم لمساعدة تنمية وانشاء وتطوير المكتبات ، والتخطيط الذكي والتنفيذ العملي لحملات محو الأمية ، والنهوض بمستوى تعليم القراءة ، فهذه هي العمل الطرق لزيادة عدد الذين يقرأون الكتب ، وزيادة عدد الكتب التي سوف يريد قراء الكتب شرائها .

وكل المواطنين الصالحين يريدون تقديم المون في تحقيق هذه الأمور . ولكن ناشر الكتب لديه حافز اقتصادي فوق ذلك .

فالمكتبات والتعلم وتنمية الوعي بالقراءة ونشر الكتاب ، كلها مسائل ترتبط بعضها ببعض ارتباطا وثيقا ، وأي تحسين أو نهوض بمستوى أى عنصر منها له تأثير مباشر مؤازر في العناصر الأخرى .

والمكتبات لا يمكن أن توجد ، ما لم تكن هناك صناعة لنشر الكتاب تنتج الكتب وتغذي المكتبات بالكتب التي تحتاج اليها . ثم ان نشر الكتب للأنواع المختلفة التي تعتمد الى حد كبير على البيع للمكتبات (مثلا كتب القراءة الإضافية للفائسة) لا يمكن أن توجد بدون مكتبات .

ان حملات التعليم ، بانتاجها قراء كتب للمستقبل انما « تصنع زبائن للناشرين » .

بيد أن الناشرين يجب أن يوجدوا النوع السديد من المادة القرائية للمتعمنين الجدد ، والا فان هؤلاء المتعلمين الجدد وحملات التعليم التي نقلتهم من الامية الى التعلم ، ومن الجهل الى المعرفة ، سوف تذهب ادراج الرياح ، ويمود المتعلمون سيرتهم الاولى ، الى الامية والجهل .

متعة القراءة

ان متعة القراءة ، بمجرد أن يكتشفها قارئ جديد ، خليفة بأن تمكنه من المضى قدما في تعليم نفسه وتثقيف عقله حتى بدون وجود المعلمين الكلفين او الاستمرار في التعليم بالمدرسة ، بشرط أن تكون الكتب في متناول يده وبشرط أن تكون ممتعة في قراءتها لانها تشبع حاجاته وميوله واهتماماته . ان تشجيع تنمية القراءة التي من هذا النوع ، والمتقدمة من المستويات الأدنى الى الأعلى على نحو موصول ، امر من الواضح أنه في مصلحة ناشري الكتب .

ولكن اذا لم يتقدم ناشرو الكتب نوع مادة القراءة التي ستروق للقراء الجدد ، فان أجهزة التعليم والمكتبات لا تستطيع اداء مهمتها .

ورب قائل يقول ان العبارات السابقة واضحة وضوح الصبح لذى عينين ومعرفة للجميع .

وهذا صحيح

ولكننا نعيد قولنا لما لها من أهمية جبارة غالبة بالقياس الى مصلحة الناشر الاقتصادية في المدى الطويل .

والذين أسهموا في تأليف وتصنيف هذا الكتاب من الجانب الغربي ينبغي لهم أن يعترفوا بخطين أن الأمر اقتضى بضعة قرون لكي يكتشف الناشرون الغربيون هذه الأقوال الواضحة المألوفة .

على الولايات المتحدة، وهذا مثال واحد، لم تفهم العلاقات فيها كليا الا في السنوات الخمس والعشرين الأخيرة فقط حيث امسك الناشرون الأمريكيون بزمام المبادرة في السعي لتسديم العون في التهوض بالمكتبات وتنمية الوعي بالقراءة .

وثمة علامات كثيرة تومئ الى أن الدول النامية تمضى مباشرة نحو تحقيق كثير من الاهداف في ملايين كثيرة دون اللف والدوران في الدرب الطويل الملتوى على غرار أوروبا وأمريكا .

ولعل ذلك سيكون هو الحال في هذا الأمر الخاص بمون الناشرين ومساعدتهم للمكتبات وتنمية وعى القراءة . وليس ثمة ما هو أكثر عونا ودعما - للاندماش الاقتصادى والقيمة التربوية - لنشر الكتاب فى آسيا وأفريقية وأمريكا اللاتينية - من الجهد المصمم الهادف الذى يبذله الناثرون فى تلك النواحي لتمهئة الراى العام وحشد قواه من أجل :

١ - نظام مكتبات قومى شامل .

ب - متابعة فعالة لحملات محو الأمية والتعليم بتزويد مادة قرائية للمتعلمين الجدد .

ج - تحسين وسائل تعليم القراءة (وشرح وبيان مقعة القراءة) فى المدارس .

وسنحاول فى هذا الفصل أن نذكر بعضا من الأمور التى يخلق بالناشرين أن يضعوها نصب أعينهم بشأن :

١ - المكتبات .

٢ - حملات محو الأمية وتنمية وعى القراءة .

٣ - تعاون الناشرين مع المكتبات .

وهذه أمور فى غاية التعقيد ، ولقد تناولها أهل المهنة من الخبراء المختصين بالمدرس العميق فى بلاد كثيرة .

وليس فى وسطنا فى هذا السياق أن نفعل أكثر من أن نقترح بعض الاعتبارات العامة من وجهة نظر المصلحة القومية ومصالح الناشرين كرجال أعمال .

خير صديق للناس

ان المكتبات فى حد ذاتها زبائن للكتاب . وكلما زاد عدد المكتبات ، زاد عدد الزبائن . ثم ان المكتبات توجد شبيهة القراءة ، وهذا خليف بأن ينتج رهطا من الزبائن فى الفترة الآتية ، ومن ثم فلن المكتبة هى خير صديق للناس ، واذا كان الناس حسيما ، فخلق به أن يصبح هو بدوره خير صديق للمكتبة .

وكل دولة تحتاج الى مكتبة قومية ، مزودة بكل مليلزمها من عتاد واجهزة وادوات وموظفين وكتب ومراجع لكى تكون بمثابة المستودع الرئيسى للكتب فى تلك الدولة . ولتكون ايضا (وهذا امر متوقف على نظام المكتبات فى البلد) مركزا للتوجيه والارشاد وامداد سائر المكتبات بخدمات الفهرسة والتزود وغيرها من الخدمات المركزية الخاصة بهذا الميدان فى البلد .

ان وظيفة ذلك النوع من المكتبات الكبرى المركزية امر مفهوم لا يحتاج الى مزيد من الشرح .

وانا لتؤثر فى هذا السياق ان نؤكد أهمية وحدات المكتبات الصغرى اللامركزية مثل مكتبات المجالس البلدية والمكتبات العامة فى المدن (بخلاف العاصمة) والمكتبات الفرعية فى الاقاليم والجيرة ، وقاعات المطالعة ، ومجموعات الكتب للعمال فى المنشآت الصناعية ، وكذلك - ولعلها اهم نوع من المكتبات من حيث اثرها الدائم على جمهور الناس - مكتبات المدارس ومكتبات القرى .

المكتبات الإقليمية (نسبة الى الميزولات او المحافظات)

ثمة مثال بارز لمكتبة المحافظة ، وهى المكتبة الموجودة فى اينوجو بينيجيريا الشرقية ، وهى لا تزود المواطنين بمكتبة علبة هائلة محسب ، وانها تؤدى خدمة كلفة واسعة الانتشار مستخدمة سيارات بمثابة مكتبات متنقلة يمكن ان تسمى المكتبات السيارة ، وكذلك مكتبات مبنية فى أرجاء المنطقة .

وفي بلد أفريقي آخر ، هو غانا ، تؤدي المكتبة القومية في العاصمة أكرا ، خدمة مماثلة في توجيه خدمة مكتبية تصل الى الاطراف البعيدة من البلد .

ومن ضمن مكتبات المدن ، فان المكتبة القائمة في تبريز بأقليم أذربيجان في إيران ، تستحق تقويها خاصا . وهذه المكتبة الطوعية التي تعمل مددا وأداة وفق نظام متطوع تعتبر خاصة ، بمعنى انها ليست حكومية ، ولكنها مفتوحة للجمهور يستعملها كيف يشاء ، وانه لاستعمال متميز بالثرة والوفرة والذبيوع حقا . وحتى في أثناء العواصف الثلجية فان صفوف « طوابير » الناس يمكن أن ترى في الشارع واقفة في انتظار المقاعد الى أن تصبح خالية في قاعة المطالعة الكبرى . وثمة قسم لكتب الناشئة بالمكتبة يفص بطسلا ب المدارس الابتدائية في تبريز حيث يذهبون مع معلمهم في أثناء اليوم الدراسي وحيث يقوم أمين المكتبة المكلف بقسم الأطفال بشرح نبذة عن هذه المكتبة وما تحويه من مغريات يستطيع الطلاب الصغار أن يرجعوا اليها من تلقاء انفسهم في غير أوقات الدرس للمطالعة الحرة .

مكتبات المدن

في المدن الكبيرة قد يكون الحجم كبيرا جدا بالنسبة لمكتبة واحدة تخدم كل الناس . ان المسألة لا تعدو أنه من العسير جدا على كل القصاد أن يأتوا الى مكان واحد .

ومن ثم فان الحل الواضح ، الرائج الاستعمال في الدول الغربية ، هو نظام من المكتبات الفرعية الصغيرة في اجزاء مختلفة - فمثلا ، في ذلك الجزء من مدينة نيويورك المسمى بروكلين ، الذي يبلغ سكانه زهاء ثلاثة ملايين نسمة ، فانه بالاضافة الى مكتبة مركزية كبرى ، توجد أكثر من خمسين مكتبة صغرى .

ويفضل حجمها ، فان مكتبات الاقاليم والمدن الكبرى لها ميزة مقدرتها على أداء خدمات خاصة مثل اعداد قوائم قراءة ، وتنظيم معارض الكتب ، وربما أيضا انشاء مكتبة مدرسة ، أو على الأقل اعطاء مقررات تدريبية لأمساء المكتبات .

ومن الجلى أيضا أن المكتبة الكبرى تستطيع أن يكون لديها أخصائيون (مثلا أمين مكتبة مختص في كتب الاطفال) ضمن موظفيها ، في حين أن المكتبات الصغرى تضطر الى المضي في خدماتها بأمين مكتبة واحد ، بل وربما بدون أى أمين مكتبة مدرب على الاطلاق .

وللمكتبات الكبرى مزايا كثيرة .

أما شدة اهتمامنا في هذا الفصل بالمكتبات الصغرى فينبغى الا يؤول على أنه حجة ضد المكتبات الكبرى ، فلا جدال في أنها ضرورية — على سبيل الحتم . ولكن كل بلد من البلاد النامية تقريبا له مكتبة قومية او مكتبة عامة كبرى على نحو ما ، في حين أن انشاء او تنمية مكتبات المدارس لا تكاد تظهر الا باهتمام ضئيل نسبيا .

ولأن مكتبات المدارس والقرى يمكنها أن تتفطل الى أبعد أجزاء البلد الى المناطق التى تبدو فيها المكتبة القومية بالعاصمة وكثتها في نفس بعد أبعد بلد اجنبى ، فإن انشاءها ونموها وتنميتها ، ينبغى أن تكون محور الاهتمام الرئيسى في العقد القاسم .

مكتبات المدارس

تناولنا في الفصل الثاى عشر ، الحاجة الأساسية والموصولة لكتب القراءة الإضافية . واتضح لنا أنها ليست نوافل أو حواشى أو بدعا ، وإنما هي فروض من صميم جوهر التربية .

إن المكتبة المدرسية هي أسهل وأرخص سبيل طبيعى لجعل مثل هذه الكتب في متناول الاطفال الذين ليس في وسعهم شراؤها بأنفسهم ، أو على الأقل لم يتعلموا بعد عادة القراءة من أجل المتعة أو اللذة .

وفي لية مدرسة كبيرة ، فإن المكتبة قد تضم أيضا عددا من المراجع مثل المعجم « القلوس » ودائرة المعارف والأطلس . وقد تحتوى أيضا طائفة من الكتب لاستعمال المعلمين لا الطلاب .

وعلى أية حال، فإن الغرض الرئيسى من مكتبة المدرسة هو أن تزود القارئ
الناشئ بعدد مختار من الكتب يستطيع أن يختار منه ما يشاء من الكتب التى
يريد هو قراءتها •

وحتى مجموعة صغيرة من اثنى عشر كتابا أو أكثر أو أقل، خير من لا شئء.
وإن كان من الواضح أن ضروبا متنوعة من الأنواع يمكن اشباعها إذا توافرت
كتب كثيرة •

وعلى الأخص فى المراحل الأولية من انشاء نظم مكتبات مدرسية ، عندما
تكون كل مجموعة على حدة من الكتب الصغيرة نسبيا بالضرورة ، فمن الجدى ،
بل ومن الممكن أحيانا ، تدبير نظام لتبادل مجموعات الكتب بين المدارس كل
بضعة أشهر • وتتخذ الدول المختلفة سبلا مختلفة لتمويل مكتبات المدارس •

وأحيانا يكون هناك نظام مركزى لشراء الكتب بوساطة وزارة التربية والتعليم
التي تتولى بعد ذلك ارسال الكتب الى المدارس •

أو أحيانا ، تعطى الوزارة لكل ناظر أو مدير مدرسة مبلغا صغيرا يتفاوت
حجمه طبقا لعدد التلاميذ بالمدرسة ، فيشتري به الكتب اللازمة •

ويوجد أيضا عدد من البلاد ، كاندونيسيا مثلا ، وعدد من دول أمريكا
اللاتينية ، تقدم فيه بعض الطوائف الخاصة أو نوادى الآباء فى المجتمعات
المحلية بالتبرع للأسهام فى شراء الكتب •

وثمة ضرب مختلف من فكرة المكتبة المدرسية ، وهى خطة مكتبات الفصول
التي تتضمن تزويد قاعة الدرس بطائفة محدودة من كتب القراءة الإضافية
توضع على أرغف مفتوحة فى متناول الطلاب •

ولهذه الخطة مزاياها طبعاً ، فى أنها تستهوى الطلاب الى التقليب فى
الكتب • ولكن إدارتها أكثر صعوبة ، ثم إنها أكثر نفقة فى الثمن الاصلى وثمان
الكتب المفقودة ، عما هى الحال فى وجود نظام مركزى تحت إشراف وضبط أحد
المعلمين أو المعلمات بالمدرسة •

ويلوح لنا أن نظام مكتبات الفصل ، على الرغم مما له من قيمة وجدوى ، إلا أنه صعب وباهظ النفقات ، فيها عدا حالات خاصة لا يقلس عليها ، في المراحل الأولى لنظام مكتبات المدارس .
وثمة مسألة جديرة بالذكر .

فالمدارس الكبرى فقط هي التي يتسنى لها القزود بأمين مكتبة يعمل طول الوقت ، ولكن كل مدرسة لديها مجموعة من الكتب تحتاج الى شخص ما مسئول ، ليس فقط لحراسة الكتب والعناية بها ، وإنما أيضا لمساعدة الناشئة وارشادهم وتوجيههم بشأن كيفية استعمالها والانتفاع بثمراتها .

والذى يحدث أن الناظر أو مدير المدرسة يكلف أحد المعلمين بهذه المسئولية - جزءا من الوقت - ومن الممكن القزود بشيء من التدريب في هذا الصدد في مقرر صيفي لمدة قصيرة لا تتجاوز أسابيع قليلة يحضره جميع المعلمين العاملين بالمنطقة على اعتبار أن أعمال المكتبات جزء لا غنى عنه في جدول أعمال أى معلم في أية مرحلة من مراحل التعليم .

وعلاوة على ذلك ، فيمكن اعداد كتيب يوضح للمعلم كيفية تناول وتداول مجموعة الكتب والتصرف في أمرها ، وكذلك - وهذا أهم بكثير في الاعتبار التربوي - كيف يعد الناشئة ويهيء أذهانهم لاستعمال الكتب ، وكيف أن القراءة الإضافية خليفة بأن توسع مدى تعليم الفصل وتكون لهظهرا .

وبهذه المناسبة ، فجدير بالذكر أنه لن يقدر لنظام مكتبة مدرسية أن يعمل ، إذا اعتبر المعلمون مسئولين مسئولية مالية عن ضياع الكتب - ففى ظل أية قاعدة من هذا النوع ، فمن الطبيعي أن المعلمين سيفعلون كل ما فى وسعهم لتجنب استعمال الكتب ، بل انهم قد يذهبون الى حد تخزين الكتب وحبسها بالقفل والمفتاح . ومن ثم فلا جدال في أن فقدان بعض الكتب أو ضياعها يجب أن يقبل كجزء من نفقات أية مكتبة مدرسة .

على أن الإدارة الكافية الحازمة خليفة بتقليل المفقود الى الحد الأدنى ، وهذا طبعا هدف ضرورى لتلافى التشجيع العابد للسرقة .

ولكن يجب أن ندرك أن الكتب المرووق نفسه واجد طريقه فعلا الى أن يقرأ . ليس هذا هو الغرض من أى كتاب !

والأسباب السابق تفصيلها في الفصل الثلثى عشر ، فإن قراءة الناشئة تعتبر من وجوه كثيرة أهم نوع من القراءة طرا .

والكتبات المدرسية تقدم أفضل وأرخص وسيلة لاغراء وتمويد الناشئة القراءة ، من أجل الكتب التى يختارونها ، ومن أجل تكوين عادة القراءة التى ستظل تلازمهم على الدوام طوال حياتهم .

مكتبات القرى

فى بعض المجتمعات المحلية يمكن أن تقوم مكتبة المدرسة بخدمة أخرى ، وهى أن تعمل بمثابة مكتبة عامة للمجتمع المحلى .

وهذا أمر يسهل تسويقه بصفة خاصة عندما تكون التبرعات المحلية الطوعية قد مولت شراء الكتب . ففى مثل هذه الاحوال فإن مكتبة المدرسة قد تنفتح لاعارة الكتب للقراء الخارجيين فى احدى ساعات المساء او فى ايام العطلات .

على أنه من الملاحظ عادة ، أن الحاجة الى الاستعمال الفعلى لمكتبة المدرسة تكون ملحة بحيث لا يكون من الممكن السماح بالاعارة الخارجية .

وعلى أية حال ، فثمة حاجة من أعظم الحاجات الحاحا فى مكتبة القرية ، وهى تختلف عن حاجة المدرسة ، الا وهى مجموعة كتب مشوقة للكبار .

وأحيانا ينشئ مكتبات القرى نفر من الأغنياء أو الجماعات الخيرية التى ترغب فى مساعدة مجتمعاتها المحلية والنهوض بمستواها الثقافى .

ولكن فى كثير من الدول النامية يوجد فعلا نظام واسع الانتشار من المراكز القروية تحمل أسماء على غرار الاصلاح الريفى ، أو تنمية المجتمع أو الديمقراطية الأساسية ، وهلم جرا .

وعلى الأخص في أمريكا اللاتينية ثمة اسهام على يد نوادى الروتارى والغرف التجارية وجمعيات الاصلاح المبنى أو الوطنى .

ولا جدال في أن المراكز المحلية مثل هذه الحركات تزود القرى بقاعدة في غاية الكمال لعمل مكتبة ، وكثيرا ماتمدها أيضا بهيئة من الموظفين لادارتها .

• وكما سنلاحظ في السياق القادم ، فإن كثيرا من الدول لديها أيضا منظمات قومية لحو الأمية لها مراكز في أجزاء مختلفة من البلد ، وهذه أيضا يمكن استعمالها كقواعد أو ركائز للمكتبات الريفية .

وعندما نتحدث عن مكتبة القرية ، فإننا نشير طبعا الى مجموعة من الكتب ، وليس الى انشاء مبنى .

ويمكن حفظ المجموعة في احدى المدارس ، أو في أحد مراكز المجتمع المحلي على غرار تلك السابق ذكرها ، أو في احدى قاعات المحافظة أو دست الحكم المحلي ، أو حتى في بيت رئيس القرية أو نائبه .

وفي أية خطة ذات نظام مركزي ، فإن الكتب يمكن تسليمها في صندوق خشبي بحيث انه يصبح عند فتحه رفا لمكتبة . وهناك بعض الدول التي حاولت تدبير تبادل الصنائيع على فترات بين مراكز المجتمع المحلي في منطقة معينة .

على أن أعظم عائق في سبيل نظام للمكتبات القروية ليس عائقا ماليا كما يتبادر الى الأذهان ، وإنما هو الافتقار الى الكتب المناسبة .

فكثيرا جدا ما تكون الكتب الوحيدة البسيطة السائفة للقراء الجدد هي كتب الأطفال ، وهذه قد لا تناسب الكبار ولا تهتمهم في قليل أو كثير . وهذه من أوضح الحالات التي يمكننا الاستشهاد بها لتوكيد الحاجة الى التعاون بين الناشئين وغيرهم من السلطات الحكومية أو غيرها المسؤولة عن المكتبات .

فإننا نحتاجون الى ضمان مقدما بأن ثمة سوقا لكتبهم اذا أصدروها . والناس الذين يفكرون في انشاء المكتبات يحتلجون الى ضمان بأن الكتب

المناسبة الملائمة ستكون في مقناولهم • ان تكاتف الفريقين ووضع يد هؤلاء في
أيدي هؤلاء أمر محتم وواضح وضوح الصبح لذى عينين •

وعلى الرغم من أن الروايات والقصص الشعبية وغيرها من الكتب التي
تروى الخيال ضرورية أيضا ، إلا أن الكتب ذات القيمة العملية لازمة في مكتبات
القرى - الكتب التي تزود القراء بالمعلومات المفيدة عن الصحة والزراعة ورعاية
الطفل وكتب الوسائل العملية لمختلف ضروبها •

ومن الطبيعي أن المرء يخطر على باله وزارة التربية والتعليم باعتبارها
الوحدة الحكومية المعنية إلى أقصى حد بالمكتبات • ولكن كثيرا ما يحدث أن
المكتبات القروية تلقى اهتماما أكبر من وزارات الصحة والزراعة والتنمية
الاقتصادية ، الخ •

ان الوزارات اليقظة الملبيه لحاجات الجمهور والواضحة اناملها على نبضه
مثل وزارة الاعلام أو الثقافة خليقة بأن تدرك الفائدة العميقة ، من
وجهة نظرها الخاصة ، لانتشار ونبوع مجموعات من الكتب في طول البلاد
وعرضها ابتغاء بث روح الوحدة القومية •

محو الأمية وتبمية وعى القراءة

هذا الموضوع العظيم له أهمية كافية تسوغ فصلا قائما بذاته ، أو كتابا
بأكمله ، لا مراء • وفي الواقع من الأمر فإن كثيرا من الكتب كتبت عن هذا
الموضوع بأسهاب •

ولكن هناك تفاصيل كثيرة يتعين معالجتها طبقا للظروف والأحوال القائمة في
كل بلد على حدة والتي تتفاوت في نظام التعليم في قاعات الدرس ، وحملات
محو الأمية لدى الكبار ، بحيث أننا سوف نقصر على التصدي لنقطة واحدة
نقط هي الأهم من البلى جميعا •

وهذه الحقيقة الرئيسية هي أن حملات محو الأمية باهظة التكاليف إلى درجة
التبديد المبذر ، بل أنها في الواقع ليس لها مسوغ أخلاقي ما لم تتوافر ملادة

قراءة للقارئ الجديد بعد أن تعلم القراءة . فهو يحتاج الى هذه المادة لكي يحافظ على فن القراءة حيا نابضا . وإذا توافرت له الكتب المناسبة ففي وسعه أن يمضي قدما الى مستويات أعلى .

أما إذا لم تتوافر له المادة القرائية المناسبة ، فإن قدرته الجديدة خليقة بأن تزول سريعا « وكائننا يا بدر لا رحنا ولا جينا » .

أن ملايين وملايين من الناس يتعلمون القراءة كل عام بوسائل متعددة مختلفة من حملات محو الأمية أو الثقافة الشعبية أو التوعية الجماهيرية في دول تنمية القراءة التي من هذا النوع ، والمتقدمة من المستويات الأدنى الى الأعلى التالية .

أن متابعة حملة مكافحة الأمية أمر محتم لا مناس . وعادة ما يكون التفكير في حملات محو الأمية مرتبطا بالكبار ، ولكن في كل الدول النامية فإن النسبة العالية من المتخلفين عن المدرسة الذين يخرجون منها لسبب ما ، أمر يجعل مشكلة القارئ الصغير الجديد أكثر أهمية .

أن كلفة المدارس والمعلمين باهظة النفقة بحيث أن تعليم القراءة لمن سوف يهجرون المدرسة وشيكا لا يمكن تسويقها اقتصاديا ، ما لم تهيأ فرصة ما تمكن هؤلاء الناس من الاحتفاظ بتلك القدرة التي اكتسبوها بالثمن الغالي .

مجالات القراء الجدد

وكخطوة وقتية ، قبل وجود مكتبات القرى ، أو قبل أن يكون القراء الجدد مستعدين تمام الاستعداد لاستعمال الكتب العادية ، فإن عددا من الدول حاولت إنشاء مجلات للقراء الجدد تحت رعاية وإشراف وزارة التربية والتعليم ، أو وزارة الاعلام ، أو وزارة الثقافة .

والفكرة العامة وراء هذه المطبوعات فكرة سليمة ، ولكن كثيرا ما يحدث أن المسئولين عن تنفيذها يقتفرون الى الفهم الصحيح اما الى مستوى القراءة واما الى الاهتمامات الطبيعية الخاصة بالقراء الجدد .

ونتيجة لذلك فإن المجلة تقسم بطابع شديد الصعوبة بالنسبة للقارئ الجديد ، ولعلها غالبا ما تختلج على أسنان ميول الأطفال وحلجتهم بصفة كلية .

وثمة حالات أخرى أيضا كانت الفكرة الرئيسية فيها يبدو ، ليست تنمية وعى القراء وإنما الدعاية للحكومة التي تملك زمام الأمر وقت إصدار المجلة .

ولا يمارى أحد في أن تشجيع الوحدة القومية وشرح سياسات الحكومة عناصر سديدة تماما لكى تتضمن في مجلة من مجلات القارئ الجديد . ولكن حتى هدف دعائية الحكومة لن يتحقق بحال من الأحوال إذا اتسمت المجلة بطابع يضى عليها صبغة الدعاية البحتة ، بدلا من أن تكون شيئا يريد القارئ الجديد قراءته لذاته كمادة شبيهة ومادة ذات نفع عملى في حياته اليومية ، فتشده إليها طوعا لا كرها .

تعاون الناشرين مع المكتبات

لأسباب الواضحة للمواطنة الصالحة المذكورة في مستهل هذا الفصل ، علاوة على الحجة الخاصة لمصلحة الناشر الاقتصادية في المدى الطويل في كون المكتبات تنتج مزيدا من زبائن المستقبل ، فإن الناشرين ينبغي أن يعطوا أكبر أولوية لمسياسة منظمة من التعاون مع المكتبات .

وهذا التعاون يمكن أن يتخذ أشكالا كثيرة سوف نشير الى طائفة من أهمها في الفصل التالى عند التصدى لسرد الأمور التى في وسع الناشرين أن يفعلوها متعاونين متكاتفين . ولعل أهمها هو تنمية الشعور بالزمالة مع أهل المكتبات والاقرار بحقيقة أنه لا تنمية المكتبات ولا تنمية نشر الكتب يمكن أن تتقدم مدى بعيدا بدون التعاون الكامل بين الطرفين أخذا وعطاء .

وبهذه المناسبة فإن الناشرين الحصيفين الذين يفلحون فى بناء هذا الروح من الصالح المشترك يتسنى لهم الإفادة على نحو خالص من « مدد الإعلام » الآتى من المكتبات بشأن اهتمامات وميول القراء .

ان أمناء المكتبات اليقظين يمتدحون في وضع أفضل من أية طائفة أخرى ، حتى باعة الكتب ، يتيح لهم أن يزولوا الناشرين بأنواع الكتب التي يريد القراء قراءتها .

وتجب الإشارة مرة أخرى ، الى علاقة خطط التوزيع الكبير التي سبق شرحها في الفصل الثالث عشر ، بنشر التعليم العام ونظام المكتبات الفعال في شتى أنحاء البلد .

فهذه كلها أمور تشد أزر بعضها بعضا ، وبعضها لبعض ظهير .

ولعل من أكثر التناقضات اللطيفة في عالم الكتب برمتها هو أن التداول المجاني للكتب بواسطة المكتبات أوتوماتيكيا يزيد من بيع الكتب بسبب القراء الجدد الذين تنميهم المكتبات .

وكما سبقت الإشارة من قبل ، فإن خطة التوزيع الكبير القائمة على تقديم الكتب الجديرة للبيع بأثمان رخيصة في طول البلاد وعرضها ، هي في حد ذاتها نظام تعليمي هام ومؤثر قوى نحو المزيد والأحسن من المدارس والمكتبات وحملات محو الأمية .

وسواء أكان عن طريق المساعي المشتركة وفق الاتجاهات المقترحة في الفصل التالي ، أم عن طريق العمل الفردي للناشرين حيث يسعى كل منهم على حدة ، فإن الناشر الحصيف خليق بأن يبذل قصارى جهده في موازنة ارساء وتقوية وتدعيم كل المؤسسات والأجهزة التي تتيح المزيد من القراءة والتي تهدى المزيد من الناس الى اكتشاف المكافآت والمطايا الشخصية للقراءة .

الفصل السابع عشر

التعاون بين الناشرين

أحيانا ما يفلح ناشر فردى ، بجهدته الذاتى وحده ، فى استعمال فكرة المتخيل وشجاعته ورأسماله لاحداث ثورة فى النشر فى بلده .

بيد انه من المعتاد فى معظم الاحيان أن نرى التقدم التماونى على يد طائفة من الناشرين ، فعلى الرغم من أنهم يتنافسون بعضهم مع بعض تجاريا ، الا أنهم يتكاتفون فى جهود مشتركة لمصلحتهم أجمعين .

وهذا الفصل يزود القارئ بقائمة مراجعة لضروب التعاون بين الناشرين التى مورست فى بلاد مختلفة .

والقائمة مقسمة الى ستة اجزاء ، وان كان من الواضح انها جميعا متداخلة ويرتبط بعضها ببعض على نحو وثيق .

١ - العلاقات الحكومية .

٢ - علاقات تجارة الكتاب .

٣ - الترويج المشترك .

٤ - الوسائل الميسرة لمستقبل صناعة الكتاب .

٥ - تنمية وعى القراءة والترويج للمدى الطويل .

٦ - اتحادات نشر الكتاب .

١ - العلاقات الحكومية

ان صناعة الكتب ليست سوى عنصر صغير فى الاقتصاد الكلى لبلد ما .

ورجال التربية وأمناء المكتبات ، وكذلك ناشرو الكتاب ، يعرفون مدى أهمية مصالح صناعة الكتاب للامة ، ولكن وزراء المالية وخبراء التخطيط الاقتصادى يفكرون الى المسألة بالقياس الى ضائقة مبلغ المال وصغر عدد الناس المستخدمين ، الخ ، بدلا من التفكير فى الوظيفة الاساسية للمكتب فى تطور الامة .

والناشرون الذين يلجأون الى الحكومة أو الجمهور ابتغاء العون فى نشر الكتب عن نحو ما يبدو فى نظرهم تملها مثل غيرهم من رجال الأعمال الذين يسعون الى المنافع . بيد أنه اذا استطاع الناشرون أن يعرضوا جبهة متحدة ، وعلى الأخص اذا استطاعوا تجنيد عون وتأييد الربيع وقادة الفكر ، فسوف يملكون فرصة الدفاع عن حجتهم بكل فعالية وتفوذ .

ولكن ، كما قلنا فى سياق المناقشة الاقتصادية فى الفصل الثالث ، فإن الناشر ليس له حق فى طلب عون الجمهور وتأييده ما لم يكن حقا وفغلا وصحفا يخدم مصلحة الجمهور ، ليس فقط من يوم لآخر ، ولكن ايضا فى البناء للمستقبل .

وفيما يلى بعض النواحي التى هى خليفة بأن تحبى أو تعيت صناعة النشر ، والتى من الخير للناشرين أن يوحدا جهودهم المشتركة حيال الحكومة فى شأنها ، وأن يحاولوا كسب تأييد الراى العام لدعم موقفهم :

١ - احكام الاستيراد

ان القوانين الخاصة بالنقد الأجنبى ، وتراخيص الاستيراد ، و «الروتين» الحكومى ، ستظل دائما ذات تأثير قوى على مصلحة الناشرين . والورق هو اهم بند فى هذا الصدد بسبب قيمة وحجم الوارد المطلوب (الا اذا تسنى للبلد ان ينتج كل الورق المطلوب) .

ولكن انواع المواد والعتاد والأجهزة والأدوات الأخرى لها نفس الأهمية ، حتى اذا كان الطابع ، وليس الناشر ، هو الذى يتولى الاستيراد : المطابع ، وقطع النيار ، والحبر ، والفراء ، والأقلام ، والمواد الكيومية ، الخ .

والاجر الذى يدفعه الناشر لقاء حقوق الترجمة يندرج فى نفس الفئة ، وان
كلن « المستورد » فى هذه الحالة ليمس شيئا ماليا .

ووارد الكتب التى يستوردها بائع الكتب هى أيضا جزء من الصورة الكاملة
لصناعة الكتب ، التى يرغب الناشر فى تحسينها .

وكما لاحظنا مرارا وتكرارا ، فان مصالح صناعة الكتاب مصالح عامة
مشتركة ، وينبغى للناشرين أن يعنوا الى أقصى درجة بمصلحة بائعى الكتب
والطابعين .

فاذا أرادوا الظفر بعون وتأييد المربين ولمناء المكتبات وقادة الفكر فى حل
مشكلات الناشرين ، فمن الاهمية بمكان أن يبرهن الناشر على اهتمامهم
بمساعدة بائعى الكتب والطابعين والمدارس والجامعات والمكتبات ، وليس
الاقتصار على صناعة النشر محسب .

ب - الخدمة البريدية

يهتم الناشر لا بائبان فئات البريد على نقل الكتب محسب ، ولكن أيضا
بكفاية الخدمة البريدية عموما . وكما تبين لنا فى فصول سابقة فئمة أنواع من
النشر تكاد تكون مستحيلة فعلا ما لم يوجد نظام بريدى فعال يتسم بالكفاية .

ج - الرقابة

من شأن كل بلد أن يقرر لنفسه هل يحتاج الى فرض رقابة ؟ ومن أى نوع ؟
ولكن حتى فى حالة وجود الرقابة الصارمة ، فان فى وسع الناشرين
أحيانا ، اذا تفرعوا بالصبر وسعة الصيلة والكياسة ، أن يتقنوا الحكومات
بتطبيق القواعد والقوانين على نحو لا يعوق تجارة الكتب العامة بقدر
الامكان ، وذلك طبعا باستثناء الكتب الممينة بالذات ، المفروض تحريمها
لسبب ما .

ولقد حدث في دول كثيرة ان ضم الناشرون جهودهم مع الطوائف الأخرى للمعى فى تعديل أو منع الرقابة .

د - حق النشر

ان الحكومات عادة لا تعتبر قوانين حق النشر أو الانضمام الى اتحادات حقوق النشر الدولية ، ما لم يحدث ضغط هادف لهذه الحركة التقديمية من جانب الناشرين والمؤلفين والطابعين .

هـ - التفاضل الحكومي

فى ميدان الكتب الدراسية ، على وجه الخصوص ، فان مشروعات النشر ذات الصيغة الحكومية خليفة بأن تحطم مشروعات النشر فى القطاع الخاص اذا لم تتوافر الضمانات اللازمة . وقد يكون ذلك فى بعض الأحيان أمرا عابدا مقصودا يتفق والمصلحة القومية .

ولكن ، كما حدث فى كثير من الدول ، اذا كان البلد لا ينوى ولا يقصد محور النشر الخاص ، وانما فقط يتولى نشر مطبوعات القطاع العام أو الحكومي كوسيلة للملاقة مشكلة عملية مباشرة . فاذن هناك مجال واسع فى وسع ناشري الكتب أن يفعلوا فيه الكثير كمطابقة .

وثمة أمور ثلاثة بالدرجة الأولى من الأهمية فى هذا الصدد :

أ - البحث الدائم الدائب فى الأسباب التى أدت الى اخفاق صناعة الكتاب أو تقصيرها فى خدمة مصلحة الجمهور ، مما زود الحكومات بفرائح وحوافز لتولى النشر بنفسها .

ب - دراسة موصولة - بمعمونة طائفة من خبراء للتربية المقسطين - لمستوى جودة وفعالية الكتب التى تنشرها الحكومة - من الناحية التربوية بالقياس الى الكتب التى تنتج فى النظام التنافسى .

ج - دراسات اقتصادية تبيّن التكلفة الحقيقية للكتب المنتجة بالطريقتين ، على الصعيد القومى .

٢ - علاقات تجارة الكتب

بعد الخبرة الأولى في التعامل على نحو ما ، وغالبا في شكل تمثيل مشترك حيال الحكومة ، فإن الناشرين يفكرون في تكوين اتحاد (انظر البند رقم ٦ في السياق اللاحق) . فاذا ما اتخذت هذه الخطوة فإن الخدمة العملية المستمرة في علاقات تجارة الكتب تجذب اعضاء جددًا وتحثهم على الرغبة في دفع اشتراكاتهم . ومن بين الوسائل التي تبدو ان هذه الخدمة العملية ، في حد ذاتها ، تسوغ عضوية الاتحاد ، نورد فيما يلي اهمها على الأرجح :

١ - الرصيد ارقام بائعي الكتب

من اكبر مشكلات الناشر جمع المال الذي يدين به بائعي الكتب . وحتى بصرف النظر عن فساد ذمة بعض بائعي الكتب ، من حين لآخر ، فانهم جميعا ، وحتى اكثرهم شرفا وامانة ، يجدون صعوبة في الوفاء بالتزاماتهم ودفوع ديونهم .

ومن ثم فإن كل ناشر يريد ان يعرف كل شيء في وسعه عن حالة ذمة ورصيد أى بائع كتب يطلب فتح حساب لأول مرة . ثم انه من أفيد ما يمكن متابعة التغييرات التي تحدث أو تطرا على ذلك الموقف بحيث يقدر الناشر لرجله قبل الخطو موضعها .

فاذا كان بائع الكتب من اصحاب المال في الدفع فإن الناشر يريد أن يعرف اذا كان هذا المال بسبب عمر أو ضيق مؤقت فحسب ، أو هو علامة على ورطة حقيقية تأخذ بخناقها .

لماذا كتبت الأولى فقد يقرر الناشر أن يرسل الى بائع الكتب لفت نظر مهذب ، ولكنه في نفس الوقت يستمر في ارسال الكتب اليه على الحساب . أما اذا كان محل بيع الكتب في ورطة مالية حقيقية ، فإن الناشر قد يقرر انه يجب عليه أن يفرض عليه طريقة « الدفع الفوري عند التسليم » وخلاه ثم .

ولكن لكي يقرر أى السيلستين يتبع فنن الناشر يحتاج الى معلومات من مصادر أخرى ، فقد يثبت من معلوماته - بطريقة غير رسمية - مع ناشر آخر أو أكثر من خاصة أصدقائه ، ولكنه لن يستطيع تدبير الوقت اللازم للمسؤال والاستقصاء من كل المصادر .

والحل الواضح لهذه المشكلة هو مكتب ائتمان تعاونى .

ويعتبر مجلس الناشرين للكتاب الأمريكى **The American Book Publishers Council** مثالا بارزا لاتحاد ناشرين يؤدى وظيفة مكتب ائتمان تعاونى على نحو فعال . وهذه الخدمة تزود المعلومات (فى سرية فقط للأعضاء الناشرين) من مركز ائتمان بانامى الكتب . ويقم ذلك بتجميع التقارير الشهرية من الاعضاء (بطريقة معينة بحيث لا يتسنى لاي امرئ أن يتعرف غرض أو غاية أى ناشر معين بالذات) موضحة من من بانامى الكتب مقصرون فى الدفع للناشرين ، ومبلغ ما عليهم من ديون ، ومنذ متى يمانون من مشكلات مالية ، الخ .

وعندما بدأت الخدمة فقد كان الغرض الوحيد هو رفع علامة تحذير خاصة ببانامى الكتب الذين تخلفوا فى دفع ما عليهم من أموال ، ولكن العملية اتخذت طبعها أكثر شمولاً واحاطة بمرور الوقت .

إن الناشرين يدركون الآن انه مما يجافى مصلحة الناشرين التسبب فى افلاس أى بائع كتب وارغامه على الخروج من حظيرة العمل التجارى اذا تسنى انقلاذه . ومن ثم يوجد الآن نوع من التحررى الدقيق للوضع الاقتصادى الكابل لبقى الكتب المنحرفين وليس فقط لحسابهم الجارى .

وثمة حالات تكتلت فيها جهود الاهتمام البصير لمكتب الائتمان والموقف التعاونى للأعضاء الناشرين ، غالتوا طوق النجاة لانقاذ بائع كتب من ورطة أو أزمة أو مشكلات مؤقتة احدثت به وكانت تفرقه فى طوفاتها لولا ذلك المدد .

وهنما يرى مكتب الائتمان أن أحد أصحاب محال بيع الكتب فى حالة سليمة بصفاً أساسية على الرغم مما يماليه من مشكلات أو التزامات طارئة ، فإنه يرسل

اليه مثلا من لدنه لباحثته ، وقد يقصد أيضا المصارف المحلية لشد أثره ومناقشتها في خير السبل المفضية لمساعدته في حالة اعساره المؤقت .

وأحيانا يتفق الناشرون على «تجميد» الدين القديم والسماح بحساب محدود قصير الاجل على الطلبات الجديدة مع اتخاذ التدابير لدفع الدين القديم المستحق ، على اقتساط ذات اجل مسمى ، ربما بمعرفة قرض من أحد المصارف لبتاع الكتب .

ب - التخزين

ان التخزين المشترك للكتب ليس دائما مما يشار به ، ولكن في بعض البلاد ، وعلى الأخص في بعض مناطق بلاد معينة ، فإن التخزين التمازوني المشترك للكتب كان تدبيرا نافعا ، لامراء .

ج - تبادل الاعلام

من بين ضروب الاعلام التي يمكن تبادلها على نحو مفيد الى جانب الحقائق الخاصة بالمركز المالي لباثمي الكتب ، التي عرضنا لها في السياق السابق ، نذكر ما يلي : معدل الاجور التي تدفع للطابعين لقاء صناعة الكتاب ، المرتبات التي تدفع لهيئة الموظفين ، حجم المبيعات ، الخ .

على أن كثيرا من هذه البنود من الاعلام قد تعتبر من «أسرار التجارة» التي لا يريد الناشرون أن يشاركوا فيها منافسيهم .

ومن ثم ، فقد جرت العادة على أن ترسل الاستخبارات التي يزودها الناشر بالملومات الى محاسب ققونى يثق به الجميع ويتمهد بالحفظ على سريتها .

وهو يجمع الحقائق من التقارير المفصلة الواردة اليه ، ويرسل الى الاعضاء الموجز الموحد المستقى منها فقط .

٢ - الترويج المشترك

من ضمن هذه الفئة من الجهود التعاونية ، تندرج أعمال المعارض والإشراف عليها ، والجوائز ، « والكatalogات » المشتركة ، وقوائم القراءة ، ومعارض المراجع الخاصة بتقوع معينة من الكتب ، ومجلات تجارة الكتب ، الخ ، وكذلك مشروعات الترويج للمدى الطويل المذكورة في القسم الخامس في السياق التالي .

٤ - القصبيلات الخاصة بمستقبل صناعة الكتاب

على الرغم من احتدام التنافس بين الناشرين ومنافسيهم من أهل المهنة ، فإن لهم مصلحة مشتركة في مستقبل صناعة الكتاب تجمعهم على هدف مشترك مهما تباينوا فيها بينهم . وفي وسعهم دائما أن يعملوا معا في مضمار واحد في الأمور التالية :

١ - رأس المال

إن مشكلة رأس المال من أصعب المشكلات التي تواجه الناشر ، كما رأينا في الفصل الثالث . ومن ثم ، فإنه من مصلحة الناشرين أجمعين أن يتعاونوا على اقتناع المصارف و « اتحادات التمنية » بالحاجة إلى تزويدهم بالقروض التجارية لتتمية صناعة الكتاب . وفي وسع الناشرين أيضا أن ينغموا الطابعين الذين يعملون لهم ، والذين يكون لرأسمالهم — أو عدمه — تأثير في مشكلة رأس مال الناشر نفسه .

ب - بانمو الجملة والوسطاء

كما تجلى لنا في الفصل الثامن ، فقد تتجم مواقف يكون فيها فقدان التنظيم لبيع الجملة حقلًا دون وصول الكتاب إلى المناطق النائية .

وعلى هذا فإن الناشرين في مثل هذه الحالات قد يقررون ، عن طريق الصعي المشترك غير الرسمي على الأقل ، تشجيع إنشاء مثل هذا النظام للتوزيع .

جـ - صناعات الخدمة ، لصناعة الكتاب

في الدول المتقدمة صناعيا يوجد عدد لا يستهان به من الأعمال التجارية المتخصصة التي تمد صانعي الكتب بخدمات بحيث أن كل طباع على حدة لا يضطر الى أن ينفق على عقد غالى الثمن ، وهيئة موظفين مدربين متخصصين ، خصيصا لاستعماله .

ومن ضمن هذه الصناعات المعروفة بصناعات الخدمة ، صانعو الغراء ، والمصقلون ، والخبازون ، والسبكوك ، والحفارون ، وخبراء فصل الألوان ، ومصفحو الغلاف ، وهلم جرا . وفي وسع الناشرين أن يساعدوا في تشجيع انشاء مثل هذه الصناعات - حيثما يكون لها مسوغ - بأن يتيحوا للطباعين أن يعرفوا حاجاتهم المقبلة ، وأن يساعدوا الطباعين في بحوثهم الخاصة في هذا الصدد .

ومن الطبيعي أن احصاءات الصناعة التي تجمع عن طريق تبادل المعلومات على النحو المقترح في ٢ (١) خليقة بأن تكون مفيدة في مثل هذا التخطيط ، لا مراء .

د - التدريب الخاص بصناعة الكتاب

ان التعاون بين الناشرين (والذي يشمل أحيانا الطباعين وبائعي الكتب أيضا) خليق بأن يعطى قاعدة طيبة بمثابة ركيزة للتدريب الخاص بصناعة الكتاب . وسوف نتناول بعض نواحي برامج التدريب ، بالشرح والتحليل ، في الفصل الحادي والعشرين .

هـ - فنون الرسم والتصوير

لقد أدت الجهود التعاونية الهانفة لتحسين مستويات فنون الرسم والتصوير وتصميم الكتب ، الى نجاح ملحوظ في دول كثيرة . ومن بين الوسائل المستعملة في هذا الصدد تبرز المعارض ، ومباريات الجوائز ، والمعنونات المقدمة الى مدارس الفنون الجميلة والفنون التطبيقية .

٥ - تنمية القراءة والترويج المبيد المدي

في وسع الناشرين الناهضين أن يفعلوا بعض الأمور مرادى إبتقاء تنمية القراءة للمدى الطويل لى « يصنعوا زبائن » للمستقبل، ولكن معظم الأشياء الهامة تتطلب جهدا تعاونيا ليس فقط على يد الناشرين ، ولكن أيضا من أمناء المكتبات والمربين ، والمواطنين ذوى الروح الاصلاحية المهتمين بالمصلحة القومية .

وأول ما يتبادر الى الذهن فى هذا الصدد هو تحسين المدارس والنهوض بمستوى حملات محو الأمية وكل ما يتعلق بتعليم القراءة .

بيد أنه فى مجال المكتبة بالذات كل الناشرون اعظم الفئات تأثيرا فى تنظيم الرأى العام ودعمه لتقوية هذه المؤسسات والائظمة وتزويدها بالأموال الاضافية للقيام بعملها .

وتزداد مشتريات المكتبات من المكتب نتيجة لذلك طبعا ، ولكن التأثير للمدى الطويل فى قراءة الكتاب بصفة عامة هو اعظم النتائج بقاء وفاعلية .

وليس شمة ريب فى أن الناشرين قد أخذوا بزمام المبادرة والقيادة فى عديد من الدول المختلفة فى تنظيم وتنفيذ « اسبوع قومى للمكتبة » حيث تؤدى الحفلات والخطب وبرامج الاذاعة وغيرها من أوجه النشاط الى تركيز اهتمام الجمهور ووعيه على الدور الذى تؤديه المكتبة فى الحياة القومية .

٦ - اتحادات الناشرين

إن التعاون التلقائى (غير الرسمى) بين الجماعات الطوعية الصغرى من الناشرين تجعل من الممكن تنفيذ بعض المشروعات المشتركة المذكورة آنفا . ولكن قيام اتحاد مقترح أمام كل الناشرين المؤهلين، فى الدولة خليق بأن يكسب اسهاما أوسع واشتركا أوسع فى تكاليف هذه المناسط لمصلحة الجميع .

ويمكن للاتحاد أن يبدأ بهيئة موظفين غير مقيدة طول الوقت ، وإنما بعدد من المتطوعين فحسب لتنفيذ عمل المنظمة .

على أنه ، ان عاجلا أو آجلا ، فان هيئة موظفين للعمل طول الوقت تصبح
لازمة ، وهذا عندما يبدأ الاتحاد في أن يكون حقا مفيدا للناشرين والمجتمع
سواء بسواء .

ويتحمل أعضاء الاتحاد نفقات الاتحاد ، بطريقة ما ، أحيانا طبقا لسلم
متدرج من الاشتراكات على أساس المبيعات الكلية من الكتب للمضو في العام
السابق .

وكما هي الحال في تبادل الاعلام المذكور آنفا ، فان الحقائق الخاصة
بالمبيعات تقدم بصفة سرية لحاسب قانوني ، بحيث تظل مبيعات كل عضو
مشترك سرا لا يعرفه بقية الاعضاء الزملاء على اعتبار أن ذلك من الاسرار
التقليدية التجارية التي لا ينبغي أن تكون في يد من نفسه .

الجزء الخامس
موضوعات خاصة

الفصل الثامن عشر

حقوق النشر وعقوده

تختلف وسائل النشر وتقليده من بلد الى آخر ، وهناك فروق كبيرة بين القوانين الخاصة بحقوق الملكية عامة (سواء اكانت قوانين خاصة بحقوق الملكية الأدبية أم لا) . وتبلغ هذه الفروق حدا يجعل من المستحيل محاولة وضع ما يسمى « بالمقد النموذجي » الذي يمكن أن يحتذى في كل البلدان .

كما أن هنالك اختلافات طبيعية في الرأي بين المؤلفين من ناحية ، والناشرين من ناحية أخرى حول ما ينبغي أن يتضمنه العقد ، حتى ولو كان هؤلاء المؤلفون والناشرون ينتمون الى بلد واحد .

ولهذا فإن قصارى جهدنا في هذا الفصل هو ذكر بعض المسائل الجوهرية التي لابد أن يتعرض لها العقد بين المؤلف والناشر ، مع بيان الطرق المختلفة لمعالجة هذه المسائل .

المبدأ الأساسي

نستطيع أن نبدأ الحديث بأن نتذكر ما سبق أن قلناه في الفصل الثاني من أن مؤلف الكتاب يمكن اعتباره بمثابة مخترع آلة ميكانيكية مثلا ، فالمؤلف هو صاحب الحق في نشر هذا الكتاب الذي « اخترعه » ، الا اذا كان قد استأجر بواسطة شخص أو هيئة لتأليف الكتاب ، وفي مثل هذه الحالة يصبح هذا الشخص أو الهيئة هو صاحب الحق في النشر ، وفقا للمقد المبرم بين الطرفين . ويقضى العرف في معظم بلدان العالم ، كما تقضى القوانين في الدول التي تعترف قانونا بحقوق الملكية ، على أن المؤلف هو الشخص الوحيد الذي يملك حق نشر الكتاب الذي ألفه .

وعقد النشر بين المؤلف والناشر هو اتفاق بين الطرفين يأذن المؤلف بمقتضاه الناشر في استعمال حق النشر الذي يملكه بشروط معينة . وعادة يكون من بين الشروط الرئيسية في هذا العقد ، تحديد المائد الذي يتقاضاه المؤلف ، او الاجر الذى يدفع له بطريقة ما ، وان كان العقد يتضمن بعض الشروط الهامة الأخرى .

ان أهم نقطة جوهرية في عقود النشر هي النص على أن للناشر وحده حق نشر الكتاب . فمتنما يمنح المؤلف الناشر بعض الحقوق فانه يمنحها لهذا الناشر وهذه ، الا اذا كان هناك استثناء معين منصوص عليه في العقد ، وما لم ينص في العقد على مثل هذا الاستثناء فان المؤلف لا يستطيع ان يمنح هذه الحقوق لناشر آخر . فهذا النوع من الحماية ، ضرورى وجوهري للناشر الذى يخاطر بأمواله عند نشر الكتاب ، والذى قد يتعرض للخسارة المحققة ، اذا وجد ناشرًا آخر قد طبع الكتاب نفسه ونشره على الناس .

وكما سيجيء عند ذكر « الحقوق الأخرى » فيما بعد ، فالمؤلف عادة لا يتنازل عن جميع أنواع حقوق النشر مرة واحدة في وقت واحد ، فهو يستطيع مثلا ان يظل محتفظا بحقوق الترجمة حتى يمكنه ان يتماقد في المستقبل مع ناشر أجنبى لطبع الكتاب بلغة أخرى ، ولكن الحقوق المعينة التى يمنحها لناشر ما لا يمكن له أن يمنحها هي بعينها لناشر آخر في نفس الوقت .

وسوف نحصل الجزء الباقى من هذا الفصل لذكر الشروط الرئيسية التى تتضمنها عادة عقود النشر ، والتى تتناول تفاصيل الاتفاق .

١ - اقرار المؤلف

من أهم النقاط التى يتناولها عقد النشر اقرار المؤلف وضمانه بأنه هو وحده مؤلف هذا الكتاب وصاحب الحق فيه ، وهنا يقر المؤلف بأنه هو الخول قانسونا في التنازل عن حقوق النشر ، وأنه لم يتنازل عن هذه الحقوق لناشر آخر .

والمؤلف مطالب عادة بأن يقر بأنه لم يسرق شيئا ورد في كتابه من مؤلف آخر ، وأكثر من ذلك فهو مطالب أيضا بأن يقر بأنه ليس لأى شخص آخر أى

حق قبله فيما يتعلق بهذا الكتاب ، وأن الكتاب لا يتضمن خروجاً على الآداب العامة ، ولا ينتهك حرمة الأسرار الخاصة ، أو الحقوق الأخرى المتعلقة بالآخرين .

وعادة تكون هذه الضمانات الإضافية عرضة لكثير من التأويل والتفسير ، ولا يمكن أن تتخذ قيمتها الفعلية إلا عند مناقشتها قانونياً في المحاكم .

وفى مجال التطبيق العملى ، وبمقتضى قوانين بعض الدول ، يشترك الناشر مع المؤلف فى تحمل المسؤولية بالنسبة لبعض جرائم النشر ، مهما يتضمن العقد من نصوص ، أما بالنسبة للخسائر المالية فإن المؤلف يطالب عادة بأن يتعهد بحماية الناشر وتعويضه عن أى خسارة مالية تلحق به ، إذا ما تبين أن فى إقراره أشياء منافية للحقيقة ، وكسب أحد الخصوم الدعوى العامة على الناشر بشأن هذا الكتاب .

ب - التنازل عن الحقوق

بعد أن يقر المؤلف بأنه هو وحده صاحب الحق فى نشر الكتاب ، يقر بعد ذلك بأنه يتنازل عن حق النشر للناشر المتعاقد معه « وفقاً للشروط الواردة فى هذا العقد » ويحدد العقد الحقوق التى تنازل عنها المؤلف للناشر والمناطق الجغرافية التى يصرى فيها هذا التنازل (قد نتمرض لبعض القيود هنا بصفة عامة ثم نعاود شرحها بالتفصيل فى الفقرة السابعة (ز) بعنوان « الحقوق الأخرى » كاسيرد بعد) . فمثلاً يتعهد مؤلف فى بيونس آيرس بالبرازيل بأن يتنازل للناشر الذى يتعامل معه عن « حق نشر الكتاب بجميع صور النشر باللغة الإسبانية فى جميع أنحاء العالم » وبدلاً من عبارة « بجميع صور النشر » التى يمكن أن تتضمن النشر على حلقات فى إحدى المجلات مثلاً ، يستطيع المؤلف أن يقول « فى صورة كتاب فقط » ، وبدلاً من عبارة « فى جميع أنحاء العالم » يستطيع أن يقول « فى دول أمريكا اللاتينية » ، وبذلك لا يتضمن التنازل حق النشر فى اسبانيا ، حيث يحتفظ المؤلف لنفسه بحق التعاقد على النشر فيها بعقد مستقل .

وعادة يتفق الطرفان على تحديد أيهما يكون له الحق في الحصول حقوق النشر الأخرى من الغير . بالنسبة للكتاب موضوع المتعاقد . ولهذه النقطه أهمية فنية في بعض القضايا وبخاصة فيما يتعلق بتجديد حق النشر ، اذا كان التجديد منصوصا عليه بالذات في قانون حق الملكية المعمول به في هذا البلد .

ج - حق نشر الكتب المقبلة

وبما أن الناشر عندما ينتج الكتاب يستثمر أمواله لصالح المؤلف ، لا لصالح الكتاب وحده ، وقد يكون سببا في نجاح المؤلف في المستقبل ، فلهذا ، يطلب الناشر عادة المؤلف الذي يتعامل معه بأن يمنحه حق نشر كتابه القادم . أي أن يتمهد المؤلف بأن يمنح الناشر أولوية الحصول على عقد نشر الكتاب القادم ، قبل عرضه على أي ناشر آخر .

وعادة لا يتضمن النص الخاص بهذه الأولوية تفاصيل شروط نشر الكتاب الجديد ، كما أن الناشر يتمهد في هذا النص بأنه سوف ينشره ، والفرصة إذن سائحة لكل من الطرفين لكي يتهرب من المسؤولية القانونية (وأن لم يتهرب من المسؤولية الأدبية) ولهذا فإن القيمة الحقيقية لهذا البند من عقود النشر هي أن الطرفين يعبران عند توقيع العقد عن نواياهما الطيبة واستعدادهما للتعاون معا .

وكذلك يطلب الناشر من المؤلف عادة أن يتمهد بعدم تأليف كتاب آخر ينافس كتابه المتعاقد عليه منافسة صريحة مباشرة ، وهذا الشرط هام بصفة خاصة في مجال الكتب الدراسية المقررة ، ويلجأ الناشر الى القضاء اذا وجد أن المؤلف قد عهد الى ناشر آخر بنشر الكتاب المنافس للكتاب المتعاقد عليه .

د - الاتفاق على النشر

وبعد أن يوافق الناشر على أن المؤلف له بالنشر يتمهد بنشر الكتاب - اذا كان الأصل مرضيا من حيث الشكل والمضمون - في خلال مدة زمنية محددة ، او في خلال فترة معقولة من تاريخ تسليمه المخطوط . وبهذه الصيغة لا يكون

الناشر ملزماً بنشر الكتاب إذا غير رليه في المستقبل ، ولكنه إذا عدل عن النشر ، فهو ملزم بفسخ العقد وفقاً للبند الخالص بالفسخ ، (كما سيجيء ذكره) ، وفي بعض الأحوال يتضمن العقد شروطاً تنص على أن يكون الناشر ملزماً بدفع تعويض للمؤلف عن عدم نشر الكتاب .

ويعتمد الناشر عادةً بأن يخرج الكتاب في « صورة ملأمة » ، وفي بعض الأحيان عندما يكون المؤلف في موقف قوى يمكنه من إملأء شروطه عند التعاقد يفرض على الناشر شروطاً أخرى ، كأن يعتمد الناشر باستشارة المؤلف في تصميم الكتاب ، أو تحديد سعر الغلاف ، أو تحديد ميزانية الإعلان عنه ، أو غير ذلك من التفاصيل التي تعتبر عادةً من صميم اختصاص الناشر .

هـ - دفع حقوق المؤلف

ان أكثر الطرق اتباعاً في كيفية حصول المؤلف على حقوق نشر كتابه هي ان يحصل على نسبة مئوية « ١٠ في المأة مثلاً » من سعر الغلاف عن كل نسخة مبيعة ، وقد ترتفع هذه النسبة بارتفاع عدد النسخ المببيعة ، فإذا كان الأساس هو ١٠ في المأة من سعر الغلاف تصبح النسبة ١٢ر في المأة بعد الخمسة الآلاف الأولى ، و ١٥ ٪ بعد العشرة الآلاف .. وهكذا .

وقد ينص على خفض النسبة المتفق عليها في بعض حالات البيع الخاصة أو في بعض الطببعات الخاصة للكتاب ، كالمببيعات الخارجية مثلاً (البيع في دول أجنبية) ومببيعات الطببعات الرخيصة الشعبية ، والمببيعات التي تتم بخصم تجارى كبير . وهناك حالة خاصة هي البيع بسعر الكلفة الحقيقية أو بأى سعر أقل منها ، وذلك يحدث أحياناً عندما يكون الكتاب ناشلاً ، ويضطر الناشر أن يبيع مرتجماته بأى سعر يمكنه الحصول عليه . وفي مثل هذه الحالة تد ينص العقد على ألا يتقاضى المؤلف لية نسبة عن مثل هذه المببيعات .

ويحدد العقد مواعيد الدفع ٠٠ وعادة يكون المائد الذي يحصل عليه المؤلف خلال المنتين الأوليين من نشر الكتاب أكبر مما يحصل عليه بعد ذلك ، ولكي تكون لدى الناشر قسمة من الوقت يمد فيها حساباته ، يتم الدفع عادة بعد

شهور من انقضاء المدة المتفق عليها ، فإذا كان المؤلف سيتقاضى حقه بمقتضى العقد فى ٣١ ديسمبر من كل علم قلته عادة لا يحصل على حقوقه قبل ٣١ مارس الذى يليه .

وهناك عوائد أخرى يمكن أن يحصل عليها المؤلف الى جانب مقابل حق النشر ، وهى ترد عادة فى بنود العقد الخاصة بما يسمى « الحقوق الأخرى » .

و — الدفعات المقدمة

وقد يعرض الناشر على المؤلف أن يدفع له عند توقيع العقد دفعة مقدمة (وأحيانا دفعة أخرى عند تسليم المخطوط كاملا) وذلك كدليل على حسن النية ، ولحث المؤلف على توقيع العقد مع الناشر ، بدلا من البحث عن ناشر آخر .

وهذه الدفعات تخصم من مستحقات المؤلف بعد حساب ما يخصه من عائد ، ولا يدفع الناشر للمؤلف بعد ذلك شيئا الا اذا زاد العائد المستحق له عن المبالغ التى تسلمها مقدما .

ويستطيع الناشر من الناحية النظرية أن يستعيد المبالغ التى دفعها للمؤلف مقدما اذا لم يسلم المؤلف للناشر المخطوط كاملا ، ولكنه لا يستطيع استرداد هذه المبالغ من المؤلف اذا نشر الكتاب ولم تحقق مبيعاته ما يوازى المبلغ المدفوع مقدما ، ولذلك تكون هذه المبالغ التى تدفع مقدما للمؤلفين عبئا يزيد تكاليف الإنتاج على الناشرين الذين يتهلونون فى الدفع دون حساب لاحتمالات البيع .

ز — الحقوق الأخرى

إن المصنف الذى صنفه المؤلف يمكن أن يخرج للناس فى صور كثيرة أخرى بجانب صورته الأولى ككتاب ، وتتناول بنود العقد الخاصة « بالحقوق الأخرى » او بالحقوق الإضافية كما تسمى أحيانا ، بيان ما يحتفظ به المؤلف

لنفسه من هذه الحقوق ، وما يتنازل عنه منها للنشر أو ما يستغله منها لحساب المؤلف ، كما توضح كيفية توزيع الدخل الناتج من هذه الحقوق ، بين المؤلف والنشر .

ومن التقاليد المرمية في صناعة النشر في كثير من بلدان العالم ، أن يكون من حق الناشر الأصلي الحصول على نصيب كبير من حقوق النشر الأخرى إذا تمت بطريقة الطبع . (كطبعة جديدة من كتاب ، أو حصول في مجلة أو صحيفة يومية الخ) . لأن النشر بالحدى هذه الطرق يؤثر تأثيرا مباشرا في الطبعة الأولى الأصلية من هذا الكتاب . ولكن الدخل الناتج من حقوق النشر بطرق غير مطبوعة «كالمرح والسينما والإذاعة والتلفزيون» أقل صلة وتأثيرا في صناعة نشر الكتاب ، ولهذا فإن الناشر الأصلي لا يحق له الحصول على شيء من هذه الحقوق ، وإذا حصل ، فعلى نسبة ضئيلة منها .

أما إذا كان الناشر يقوم بدور معين ويبتذل جهدا في سبيل الحصول على مثل هذه الحقوق « الدرامية » فإنه يستحق في مثل هذه الحالة أن يحصل على ٥ أو ١٠ أو ١٥ في المائة منها نظير جهوده في تحصيلها .

وأهم أنواع الحقوق التي يحصل عليها المؤلف من النشر المطبوع هي :

إعادة الطبع في صورة كتاب (وتضمن حقوق الاستغلال في نوادي الكتب)
الترجمة .

النشر على حلقت في الصحف أو المجلات .

نشر مختارات أو مقتطفات من الكتاب الأصلي في كتب أخرى .

وفي الأعوام الأخيرة ، أصبحت الأرباح الناتجة من إعادة طبع الكتب ، في بعض بلدان العالم ، أهم بكثير من بقى الحقوق الأخرى مجتمعة ، بما فيها العائد الذي يحصل عليه المؤلف عن الطبعة الأولى الأصلية . وذلك راجع الى تطور نوادي الكتب واتساعها ، وإلى نشر الطبعة الشعبية التي يبلغ عدد الطبعة الأولى عدة مئات من آلاف النسخ ، في حين لا تتجاوز الطبعة الأولى

الاصلية الاثما تطلبه من النسخ . وفي خلال المراحل الاولى من صناعة النشر في البلدان غير المتقدمة ، تكون البنود الخاصة بحقوق اعادة الطبع في اى عقد للنشر بين المؤلف والنشر ، مسألة لا تستحق الوقوف عندها طويلا ، لان الارباح التى قد يحصل عليها الطرفان من اعادة الطبع تكون ضئيلة لا تستحق العناء والمساومة بينهما . ولكن كلما تطورت صناعة النشر وازدهر التوزيع بالجملة ، زادت هذه الحقوق اهمية ، واصبحت موضع مساومة مضمية بين الطرفين .

د - النسخ المجانية ومشتريات المؤلف من الناشر

وتنص عقود النشر عادة على تحديد عدد النسخ المجانية التى يحق للمؤلف الحصول عليها (وربما تكون عشر نسخ في بعض الاحوال) كما تنص على نسبة الخصم التى يحصل عليها المؤلف اذا اراد شراء مزيد من النسخ من كتابه ، وهنا قد ينص العقد على ان هذه النسخ الإضافية ليست مخصصة لاعادة البيع بواسطة المؤلف ، وذلك لمنعه من منافسة باقى الكتب واصحاب المكتبات ، مستغلا نسبة الخصم الكبيرة التى يحصل عليها .

ط - المخطوط ومراجعة تجارب الطبع

وينص العقد عادة على انه يجب على المؤلف ان يقدم مخطوط الكتاب ، كاملا معدا للطبع « ولكن الواقع ، كما فكرنا في الفصل الخامس ، انه لا يصدق هذا النص تصديقا حرفيا الا الناشر قليل التجربة ، ومع ذلك فالنص مفيد ، لحماية الناشر من المؤلف الذى قد يكون عديم الاكتراف بالنسبة لصورة المخطوط الذى يقدمه له .

وكذلك يحتم العقد على المؤلف ان يراجع ويصحح تجارب الطبع في خلال مدة معينة من الزمن ، كما يحتم عليه احيانا ان يدفع اجر جمع وتصحيح التعديلات التى يدخلها على الكتاب بعد جمعه اول مرة ، اذا زاد حجمها عن الحد المعين المتفق عليه بين الطرفين ، كما سبق شرحه في الفصل الخامس .

وكذلك يتناول المقد عادة ، ما اذا كان المؤلف او الناشر هو المسئول عن اعداد فهرس الكتاب ، او اى مادة اخرى يمكن اضافتها الى الكتاب الاصلى ، ولا تكون من تأليف او ابداع المؤلف نفسه .

ى - التحكيم

وأحيانا يتضمن المقد مادة خاصة بطريقة التحكيم بين الطرفين اذا نشب بينهما خلاف حول تفسير مواد المقد ، او اذا اخل أحد الطرفين بنصوصه ، وذلك لتوفير المبالغ التى تنفق عادة فى التقاضى أمام المحاكم ، ولتوفير الوقت واتخاذ قرار سريع فى الخلاف بينها . واذا اتفق الطرفان على اللجوء الى التحكيم ، بدلا من التقاضى ، فان كلا منهما يختار محكما يمثل وجهة نظره ، ثم يختار المحكمان ثالثا محايدا . واى قرار تتخذه اغلبيّة هيئة التحكيم يكون ملزما لكل من المؤلف والناشر . (وفى بعض البلدان ، يتجنب الناشر اللجوء الى التحكيم ولا ينصون عليه فى المقد ، لأنهم يعتقدون أن التحكيم يضر بمصالحهم أكثر من التقاضى ، لأن المحكمين - فى نظرهم - يكونون أميل من القضاة ورجال القانون الى الحكم بالتعويض فى الخسائر التى قد تلحق بالمؤلفين) .

ك - انتهاء المقد

ويسرى عقد النشر فى معظم بلدان العالم ، حتى وقت انتهاء حق الطبع (او التجديد) فى كل كتاب على حدة . ولكن المقد عادة يتضمن نصا يخول للمؤلف استعادة حقوق الطبع والفاء المقد ، ، اذا تقاعس الناشر عن نشر الكتاب لاي سبب من الاسباب ، واذا نفذت الطبعة ولم يقم باعادة الطبع خلال مدة زمنية معقولة ، وبعد أن يتلقى انذارا مكتوبا من المؤلف يستحثه على اعادة الطبع والنشر .

بعض الملاحظات على محاسبة نشر الكتاب

نشر الكتاب يشبه غيره من الأعمال التجارية الأخرى من وجهات نظر كثيرة ، ولذلك فإن نظام المحاسبة الذى يتبع بشأنه بصفة عامة فى أى دولة سواء كان هذا النظام مستحدثا أو بالطرق المعروفة (الفرنسية أو الانجليزية) أو غيرها من الطرق ، يمكن تطبيقها جميعا فى نشاط نشر الكتاب بدون أن تلقى خلافا كبيرا فى التطبيق .

ولكن طبيعة نشاط نشر الكتاب يختلف بعض الشيء عن أنواع النشاط الأخرى .

وفى هذا الفصل المختصر نحاول أن نبرز فى كلمات قليلة بعض خصائص محاسبة نشر الكتاب .

وقد لا تكون هذه الخصائص مقصورة على النشر ، فقد نتناول وجوه نشاط أخرى . ولكننا نهدف الى أن يستفيد منها الناشر المتخصص الذى يمكنه ان يربط بينها وبين غيرها من الاعمال وفقا لخبراته السابقة .

ولا يقصد بذلك فرض طريقة معينة ، ولكنها مجرد ملاحظات لما يتعلق بالنشر ، لأن ناشر الكتاب لا يشترط أن يكون محسبا .

ومن الطبيعى فإن الناشر يختار من المحاسبين ومراجعى الحسابات القانونيين من يرشدونه ويخططون حسابه وفقا للأنظمة المعمول بها فى الدولة .

وتنشأ بعض المشاكل فى محاسبة النشر نتيجة لثلاثة عوامل :

١ - العدد الضخم لأن المنتجات المتعددة من الكتب التى يتم تداولها مع تعدد واختلاف كميات المبيعات التى تكون أحيانا نسخة واحدة فقط .

ب - المدى الطويل الذى يحتاج اليه اعداد المنتج حتى يصبح صالحا للنشر وارتباط ذلك بتضخيم التكاليف .

ج - العمر التجارى للمنتج من حيث التقلبات الكبير فى سرعة تصريفه او ركوده واثار ذلك فى تغير سعر بيع المنتج خلال فترة عمره التجارى . وسنتناول آثار تلك العوامل فى المحاسبات تحت العناوين الآتية :

١ - حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب .

٢ - فائدة طريقة عمل تقييم للمخزون .

٣ - من آثار الاعتبارين السابقين فان طريقة المحاسبة على اساس ادراج المستحقات والمدفوعات المقدمة ، افضل من طريقة المحاسبة على اساس المحاسبة النقدية فى محاسبة النشر .

١ - - حاجة طريقة محاسبة النشر الى فتح حساب خاص لكل كتاب

تاجر الرز أو التمح يتعامل فى منتج واحد فقط ، سواء كانت الكمية طنا واحدا أو ملايين الأطنان .

ومنتج السيارات قد يتلجر فى منتج واحد ، وان تعددت أنواع الموديلات أو أكثر من منتج ويكفيه التوصل لكلفة كل منها واحتياجات السوق لكل منها ونوع هذه السوق .

وصانع الخردوات انتاجه محدد لتعدد الأصناف التى يتداولها .

ولكن لا يوجد فى العالم منتجون يتداولون منتجات أكثر تعددا من ناشري الكتب ..

فإن نشر الكتاب — الذى قضى أى عمر فى هذا المجال — لابد أن يكون لديه مئات ، بل آلاف من المنتجات المتعددة المختلفة المتباعدة .

فكل كتاب جديد منتج جديد ، بكل مشكله الاقتصادية :

— وتختلف هذه المشاكل فى طبيعتها عن أى مشاكل أخرى لآى تجارة أو صناعة غيرها .

فبعض مصروفات الناشر (مثل المصروفات الادارية ، والنور ، والايجار ، والكهرباء ، والتليفون ، ومصروفات الشحن .. الخ) تخص جميع المنتجات .

ويطلب الأمر أن يتوافر فى النظام المحاسبى توزيع وتقسيم هذه التكاليف على المنتجات لتحديد نصيب كل منتج منها .

ولكن يراعى أيضا أن لكل منتج مصروفات خاصة تتعلق مباشرة بالكتاب نفسه ، ويجب توجيهها وتحليلها لحساب هذا الكتاب .

وهذه التكاليف المباشرة تتضمن الدفعات الى المؤلف ، وتاجر الورق والطابع والمواد الخام ومصروفات التشغيل المباشرة والمصروفات المباشرة الأخرى كالإعلان .

ومن الطبيعى أن تجبى تلك التكاليف فى حسابات ايجابية فقط لا يعطى الناشر فكرة صحيحة عن أرباحه وخسائره فى كل كتاب على حدة .

ولذلك فإن النظام المحاسبى فى دار النشر لا يقتصر فقط على اظهار الحسابات الاجالية للنشاط ، ولكن يجب أن تظهر أيضا الحسابات التفصيلية لكل كتاب على حدة ، وذلك حتى يمكن تتبع نتائج الإيرادات والمصروفات فى كل كتاب مستقل .

وبذلك يمكن اعطاء بيانات واضحة الى أقسام المبيعات أو أقسام التحرير عن الكتاب .

ولتطبيق النظام تحرر بطاقات « كروت » خاصة لكل كتاب ، أو تفتح صفحات في الأستاذ المساعد ، توضع فيها التكاليف المنصرفة والإيرادات المحصلة كل كتاب على حدة .

وهناك طريقة مبسطة يمكن البدء بها على الأقل . وهي تتضمن اظهار المصروفات الآتية في كلفة الكتاب .

حقوق المؤلف - تكاليف الانتاج - الاعلان مع تخصيص « امساك » سجل دقيق لعدد النسخ المباعة من الكتاب .

ومن دراسات الناشر لحساباته الاجمالية يمكنه ان يعرف متوسط الخصم الذي منحه للمشتريين من كل نوع من أنواع الكتب .

ومن ذلك يمكنه ان يصل الى رقم تقريبي لبيعته من كل نوع من الكتب اذا قام بحساب عدد النسخ المباعة من كل كتاب وسعر البيع القطاعي لكل كتاب على حدة .

وكذلك يمكنه ان يتوصل الى مقدار التكاليف الاضافية التي يمكن اضافتها على كل كتاب على حدة ، ويمكنه ان يلجأ الى الطريقة السابقة شرحها في الفصل الثالث ، التي تستند الى نتائج السنوات السابقة .

وللتطبيق العملي للارشاد حول طريقة التقدير الجزافي لأرباح وخسائر كل كتاب في أي وقت فانه يمكن الربط بين (التكاليف المباشرة مع المصروفات الإضافية التقديرية) ثم مقارنتها بـ (التكاليف الاجمالية مع ايراد المبيعات التقديرية) .

فعلی سبيل المثال : اذا افترضنا ان ٥٠٠ نسخة من الكتاب الذي يمثلنا به في الفصل الثالث (انظر الجداول من رقم ٦ - ٤) فان النتائج تظهر :

الايراد

تيمية بيع ٩٠٠ نسخة سعر النسخ القطاعي
٨٠٠ ملليم بعد استبعاد متوسط خصم ٣٠٪
٢٧٤٤ر٠٠٠ ملليم جنيه ملليم جنيه

المصروفات

حقوق المؤلف (١٠٪ من ٨٠٠ ملليم في ٩٠٠ نسخة)
٣٩٢ر٠٠٠ =
تكاليف الإنتاج ١١٣٧ر٠٠٠ =
اعلان ٢٠٠ر٠٠٠ =
مصروفات اضافية تقديرية بنسبة ٢٥ ٪ ٦٨٦ر٠٠٠ =
من ايراد المبيعات
٢٤١٥ر٠٠٠
الربح التقديرى ٣٢٩ر٠٠٠ =

ومن الجدير ملاحظته أن طريقة احتساب ارباح الكتاب هي تقريبية ، ومن الطبيعي أن الناشر سيحتاج الى وسيلة لادراج ايراده الفعلى من كل كتاب ، وذلك بتعليقه فى الحساب الخاص بالكتاب نفسه .

وعلى أى حال فان اقتراح طريقة التقدير يتناسب فقط مع طريقة الحساب الخاص لكل كتاب والرغبة فى التوصل لنتيجة تقريبية .

ولكن دار النشر التى تمسك حسابات دقيقة للتكاليف والايادات تفصيلية فان ذلك يظهر بوضوح فى حساباتها .

٢ - قاعدة طريقة عمل تقييم للمخزون

نظرا لضخامة تكاليف اعداد الكتاب والوقت اللازم لهذا الاعداد قد يطول ، ونظرا لان الكتب المنتجة فى السنة قد تباع على مدى سنوات قادمة ، لذلك فان طريقة عمل جرد ضرورية وذات فائدة كبيرة فى النظام الحاسبى فى نشر الكتاب .

فاذا كانت هناك ١٠٠٠٠ نسخة من كتاب تم انتاجها بتكاليف اجمالية بلغت ١٩٨٣ جنيه ، اى ان كلفة النسخة الواحدة ١٩٨٣ مليما، واذا سحبت نسخة لبيعها أو لتوزيعها فلن مبلغ ١٩٨٣ مليما تضاف الى جانب الدائن من حساب المخزون ، وتضاف القيمة ايضا الى جانب المدين من الحساب الخاص بها وغيره من الاصول .

وبمعنى آخر يمثل حساب المخزون من الكتب قيمة الكتب المتبقية والتي تظهر كرميد في اصول الميزانية ضمن الاصول المملوكة للناسر كحساب البنك وغيره من الاصول .

واذا رأى الناسر بعد فترة من الوقت ان لديه من النسخ الزائدة مما يتعذر بيعه ، فانه قد يقرر تخفيض قيمة المخزون من الكتب ، أو يعمل على اعدام هذه القيمة تماما من دفاتره .

وفى تلك الحالة فان هذه الكتب تظهر بدون قيمة فى دفاتره ، وتضاف قيمة اعدام هذه الكتب الى تكاليف النشر فى نفس السنة التى تم فيها اجراء التسوية .

والناسرون الذين يتبعون طريقة تقييم المخزون يعالجون مركز كل كتاب سنويا باعادة تقدير القيمة الواجب تخفيضها فى ضوء الظروف لاعداد ما يلزم منها .

ويضع الناسر فى اعتباره الكتب التى لم يتم بيعها عند مناقشة ارباح وخسائر كل كتاب على حدة .

فعلى سبيل المثال اذا وجد فى وقت من الاوقات عند حساب الكمية الحدية من المبيعات التى تغطى تكاليفه ٧٠٠٠ نسخة من كتاب عدد طبعاته ١٠٠٠٠ نسخة ، وكان هناك اقبال من الجمهور على شراء الكتاب ، فانه يقدر الجزء الباقى من الكتاب وهو ٣٠٠٠ نسخة يعتبر فى الواقع ربحا متوقعا سلفيا بعد تغطية النسخ الحدية مقابل التكاليف .

وبالرجوع الى الصفحات المتعلقة بالتكاليف والايادات فى الفصل الثالث فإنه يمكن ملاحظة أن بعض البلاد تعالج بطريقة خاصة تقييم المخزون ، وذلك بإظهار التكاليف التى لا تتأثر بالكميات مقارنة مع تكاليف الطباعة والورق والتجديد والتى تتأثر بالكميات ، وسواء استخدمت تلك الطريقة أو غيرها فإن النتيجة لا تغير من مبدأ استخدام قاعدة تقييم المخزون والتى ناقشنا فى هذا الفصل .

٢ - فوائد استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق

من الطبيعي أن يدرك المحاسبون أن طريقة تقييم المخزون تستدعى استخدام طريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق أفضل من طريقة المحاسبة النقدية .

وطريقة المحاسبة على أساس الاستحقاق تأخذ فى الاعتبار ادراج الأصول والخصوم ، على حين تقتصر طريقة المحاسبة النقدية على ادراج ما ورد فعلا من أموال وما صرف منها (بدون ادراج أى حسابات تتعلق بالالتزامات أو المستحقات لدى الغير تحت بغير الطريق النقدى) .

فبطريقة المحاسبة النقدية ، قد تظهر جملة مدفوعات الناشر مثلا ٥٠٠٠٠ جنيه وإيراداته جملتها ٢٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يظهر خسائر تبلغ ٣٠٠٠٠ جنيه فى السنة .

ولكن ربما كان جزء كبير من هذه الأموال قد صرف لإنتاج كتب جديدة ثم بيع جزء منها ، أو ما زالت لم يتم نشرها .

ولذلك فإن طريقة المحاسبة بالاستحقاق تصحح هذه الصورة ، وذلك لأن الناشر فى الطريقة النقدية لا يعتبر ما قيد من مصروفات الطباعة إلا الجزء الذى حمل على تكاليف الطباعة للكتب المباعة فقط دون الباقي فى المخزون والتى تعتبر أصلا من الأصول الملوكة .

وطريقة المحاسبة بالاستحقاق تظهر الحقيقة للنشر بوضوح عن طريقة المحاسبة النقدية التي تظهر المركز المالى مقدمورا لتجاهلها تلك العناصر التي تمكس الصورة الحقيقية .

وقد تظهر الميزانية النقدية مدفوعات الناشر ٢٠٠٠٠ جنيه ، وإيراداته لنفس السنة ٥٠٠٠٠ جنيه ، وهذا يبدو مدهشا .

ولكن بطريقة محاسبة الاستحقاق تبين ان الناشر لم يسدد للمطابع عن عدد من الكتب ، وكذلك حقوقا للناشرين عن كتب مبيعة، كما أن كثيرا من الإيرادات من مبيعات كتب فى سنوات سابقة يتحتم اضافة تكلفة مبيعاتها على حسابات هذه السنة ، وبالتالي فانه ليس هناك تسديدات عملية تخص هذه الكتب خلال هذه السنة ، انما عن مستحقات لسنوات سابقة ، ولهذا فان المركز المالى يتفر كلية عن الصورة بالميزانية النقدية .

واهم ما تظهره طريقة المحاسبة بالاستحقاق الآتى :

الأعمال تحت اقتشفيل

ويمثل هذا الأصل قيمة التكاليف التى صرفت على الكتب التى لم يتم انجازها حتى تاريخ الميزانية وتتضمن الكلفة المبالغ المسددة مقدما على حساب حقوق التكاليف ولتتاب المصممين والمترجمين ٠٠ الخ والدفوعات المقدمة الى المطابع قبل اتمام عملية نشر الكتاب .

جرد الورق

ويمثل قيمة الورق الذى اشترى لحساب الكتاب ولم يتم طبعه حتى تاريخ الميزانية .

جود الكتب

ويمثل ذلك قيمة الكتب التي تم انتاجها ولم يتم بيعها .
وتحتاج طريقة الحاسبة بالاستحقاق الى عمل اكثر من طريقة الحاسبة النقدية ، ولكن محاسبى النشر المتخصصين يؤكدون أنها أسهل من الطريقة الثانية فى المدى الطويل ، وأنها الطريقة السليمة لاعطاء الناشر صورة حقيقية عن نتيجة الأرباح والخسائر وفى اظهر المركز المالى للميزانية سليما .
وتبدو هذه الملاحظات غير ملائمة من وجهة نظر المحاسبين المتخصصين ، ولكننا رأينا سردها أملا فى أن نقترح على الناشر نوع الطريقة التى يرى السعير عليها بعد استشارة المحاسبين القانونيين ، أو الخبراء الفنيين .

محل بيع الكتب بالقطاع

ان بيع الكتب بالقطاعى هو شريان الحياة الذى يمد صناعة الكتاب بالدم .
وهذه هى النقطة التى يدفع عندها الجمهور المال الذى يغذى تجارة
الكتاب .

وكما رأينا فى فصول سابقة ، فثمة طرق خاصة لبيع الكتب للأفراد -
التوزيع الكبير ، البيع بالاشتراكات ، ونوادر الكتب ، الخ .
بيد ان اوسع الطرق انتشارا واكثرها اعتيادا ، بل وفى معظم الدول لاتزال
أهمها على الإطلاق ، هى طريقة محل بيع الكتب بالقطاعى .

وحتى بصرف النظر عن امكان اسهام الناشرين المبشر فى بيع الكتب
بالقطاعى ، وذلك بأن تكون لهم محال لهذا النوع من البيع خاصة بهم ، فان
محل بيع الكتب موضوع اهتمام كبير عند كل الناشرين .

وعلى هذا ، فان هذا الفصل يعالج موضوع محال بيع الكتب بالقطاعى
بصفة عامة ، وليس كما لو كان يمد صاحب محل بيع الكتب بدليل او مرجع
خاص به .

ومحل بيع الكتب بالقطاعى - أينما كان - فى وضع شبيه ، على نحو ما
يوضع المدرسة أو المكتبة . وهذا التشبيه اكثر وضوحا فى الدول النامية ، اكثر
مما هى الحال فى المجتمعات التى يؤدى فيها العسود الكبير من المدارس
والمكتبات العامة وسياسة ترويد الكتب الدراسية بالجان ، الى وجود دواع اقل

لدى الناشئة في النظر الى محل بيع الكتب على اعتبار انه المصدر الطبيعي
او ربما المصدر الوحيد لمادة القراءة .

وطبيب للفريبيين ان ينكروا - على سبيل توبيخ بلادهم - مثال باريمول في
باكستان الشرقية ، وهى مدينة لا يتجاوز تعدادها خمسين الف نسمة ، والتي
كانت الى سنوات قليلة مضت لديها اثنا عشر محلا لبيع الكتب ، فى حين ان
عدد سيارات الركاب كان ثلاثا فقط فى المدينة كلها .

واحيانا ينشئ الناشرون سلاسل من محال بيع الكتب سعيا وراء التوزيع
الكبير - وان كان من الاحسن والافضل من وجهة نظرهم - ترك تجارة
القطاعى في ايدى المحترفين المتخصصين .

ان بيع الكتاب بالقطاعى فن ، يجب ان يلائم فيه الكتاب الصالح ، الزبون
الصالح . ومن ثم ، فتكاد تكون هناك طرق ووسائل لبيع الكتب بقدر ما هناك
من كتب للبيع . ويجب على صاحب محل بيع الكتب ان يأخذ في اعتباره موقع
ومظهر المحل ، ومنوعات الكتب التى فى حوزته ، ونوع العاملين عنده ،
والخدمة التى يؤدونها للزبائن .

والمبادئ واحدة ، من حيث عموم التطبيق والسرطان ، سواء اكان محلا
لا يزيد على عدد قليل من الرفوف التى ترضى عليها الكتب صفحا صفحا قلابسوق
تجارية شرقية ، ام كان بناء مستقلا فى شارع رئيسى فى مدينة كبيرة مثل ريو
دى جانيرو .

ان الغرض من محال بيع الكتب بالقطاعى هو جعل كتب جميع الناشرين في
متناول كل الزبائن . وهذا الغرض قمين بان يخفق - وفي المدى الطويل فان
التجارة نفسها سوف تكمد وتثور - اذا ما حاول الناشرون ان يؤثروا محال
بيع الكتب التى يملكونها باحتكار خاص بتجارة القطاعى فى الكتب التى
يصدرونها .

ان يفتح الكتب المستقل ينبغي ان يكون في وضع يتيح له ان يحصل على نسخ

من الكتب بتخفيض مناسب ، وأن يكون في وضع تلقى عادل حيل محل بيع الكتب بالقطاعى التابع للناشر .

ومن أجل هذا فإن الناشرين المتنافسين الذين يملكون محال بيع كتب ينبغي ، كذلك ، أن يمتاروا من كتب بعضهم بعضا .

والجهود المشتركة لهم أجمعين ، كهيئة بأن تضاعف أضاعفا مضاعفة ، المجموع الكلى لجميع الكتب التى سوف تباع .

وفى الولايات المتحدة الأمريكية ، فإن عددا من أشهر محال بيع الكتب المملوكة للناشرين ، مثل دار نشر سكرينر ودار نشر دبلى ، لا تقتصر فحسب على أن تمتاز من كتب غيرها من الناشرين ، وإنما أيضا تروج لها بكل نشاط وهمة ، وتعرضها فى أبرز مكان فى واجهات العرض باستمرار .

وليس هذا فقط السبب الأساسى فى حجم المبيعات الضخم لتلك المحال ، وإنما هو أيضا اسهام هام فى مضاعفة عدد الزبائن الذين يشترون الكتب .

وفى بعض الدول الاسيوية فإن محال بيع الكتب التى يملكها الناشر تحصل على بضاعتها من الناشرين الآخرين ، ليس عن طريق الشراء ولكن عن طريق التبادل او المقايضة — حيث يتسلم كل ناشر دون دفع نقود عددا معيناً من النسخ من كل كتاب جديد حين صدوره .

وهذه الطريقة لا تغبار عليها فى حد ذاتها ، ولكن من أخطارها نزع صاحب محل بيع الكتب الى الظن بأن بضاعته « بالمجان » وأن فى استطاعه من ثم ، أن يخفى اثمان البيع كما يشاء ، الأمر الذى يحول دون ربح المحل كما يجب من الصفقة .

والأخطر من ذلك ، أنها تضع بائع الكتب المستقل فى مركز التنافس غير المائل ، وتؤدى الى الاحجام عن فتح محال جديدة لبيع الكتب ، مما يترتب عليه انكماش عدد زبائن الكتب ، فضلا عن تكرره ومضاعفته ، وهو الأمل المرجو من نظام سديد للبيع بالقطاعى .

وأهم حاجة أساسية لحل بيع كتب ناجح ، هي ، طبعا ، توافر مدير نكبي
يقظ نشيط لم يكل ما يتعلق بالكتاب ، ولديه كلفة في الأعمال التجارية .

ولكن ، بعد ذلك فإن أول مطلب هو إرسال كميل بأن يزود المشروع بالعمدات
المادي والبضاعة المطلوبة من الكتب التي يراد بيعها ، والاتفاق على الأعمال
الجارية ومصروفات العمل والعمال .

ورأس المال المطلوب يتوقف طبعا ، على حجم وموقع المكان المختار للحل ،
وعدد ونوع الكتب ، وطريقة الأداء والعمل ، بما في ذلك مدى ما هي وسع بائع
الكتب أن يأخذ بالنسيئة من الناشرين لمشترياته .

رأس المال

لا توجد قاعدة عامة يمكن سنها بالنسبة لمقدار رأس المال المطلوب لحل بيع
كتب ، لأن الظروف والأحوال والشروط تتفاوت إلى حد كبير من دولة لأخرى .

بيد أن لا جناح علينا في هذا الصدد من أن نذكر على سبيل الاقتراح أو
المثال أن دراسة اتحاد بائعي الكتب الأمريكيين توميء إلى أن مقدار رأس
المال المطلوب في البداية هو حوالي ثلث مقدار حجم التجارة في سنة
متوسطة . وعلى هذا فانه إذا كان من المتوقع أن يكون حجم مجموع المبيعات
السنية الكلي هو ثلاثين ألفا من الجنيهات فإن مقدار رأس المال الذي
ينبغي أن يتوافر في البداية يكون مائة ألف من الجنيهات .

ومن الطبيعي أن أي عمل تجاري يلقي ظروفها صعبة في عامه الأول ، ومن
ثم فإن بلع الكتب الجديد ينبغي أن يكون لديه حساب كاف واف في المصرف
لرأس المال حتى بعد الوفاء بكل النفقات الخاصة بالانشاء والتأثيث
وبضاعة الكتب .

وفضلا عن ذلك ينبغي أن يكون في وسع صاحب المحل أن يسحب من ماله
الشخصي الوتر لتفقت عيشه في السنة الأولى ريثما تؤتي تجارته أكلها ،
وتدر عليه الأرباح المرجوة في الوقت المناسب .

ومن أجدى الطرق الجديرة بأن يتبعها محل بيع الكتب « لبسط ومط »
رأسماله هو كسب ثقة الناشرين والحصول على حق طلب الكتب بالنسيئة ،
مؤجلة الدفع لمدة ثلاثين يوما أو ستين يوما أو حتى الى أجل أطول من ذلك .

وثمة طريقة أخرى « لبسط ومط » رأس المال هي الافادة من الحق الذى
يعطيه الناشر فى بعض الدول (وان كان ليس فى كثير أخرى منها) والذى
يخول للبائع حق أرجاع الكتب التى لا تباع كما سبق ان ذكرنا فى الفصل
الثامن .

والناشرون يبحثون دائما عن مسالك جديدة ، وانهم ليرحبون بأى بائع كتب
جديد ، خصوصا ذلك الذى يستطيع أن يمول نفسه فى اثناء الفترة التى يكون
فيها المحل فى سبيل البناء والانشاء .

بل وقد يكون فى الامكان الحصول على بعض البضاعة الاولى من الكتب
بطريقة الوديعة أو الإيداع (وهى التى تسمى فى العرف التجارى طريقة صك
التسليم أى التى تخول للبائع عدم دفع الثمن الا عندما تباع الكتب) .

ولكن يجب ان يكون مفهوما أن شروط الدفع المؤجل التى تنقسم بالتساهل
لا تعطى الا لبائع الكتب الذى ينفى بالزاماته فى أجلها المسمى على الفور .

كما ينبغى ان تكون العلاقات بين بائع الكتب والناسثر ، علاقات ودية
مخلصة حيث انهما يتفخيان نفس المارب — الا وهو بيع مزيد من الكتب لأكبر
عدد ممكن من الناس ما استطاعا الى ذلك سبيلا .

وثمة اعتبار مضاف فى الطرف المقابل ، هو حساب ثمن رأس المال الاضافى
لبائع الكتب اذا سمح بالبيع بالنسيئة لزيائته بالقطاعى . ذلك بأن بعض
رأسماله سوف يحتبس فى قائمت حساب لم تدفع لمدة ثلاثين يوما على الأقل ،
ويصرف النظر أيضا عن الخسارة المكلّة بسبب الديون التى لا ينفى أصحابها
بالسداد ، وكذلك النفقات الادارية الاضافية الخاصة بعمل وحفظ الحسابات
الخاصة بزيائن القطاعى .

ولهذا السبب ، فإن كثيرا من محال بيع الكتب تتبع سياسة البيع بالنقد فقط ، فيما عدا المبيعات الخصة بالمؤسسات مثل المدارس والجامعات والمكتبات .

محال بيع الكتب

من الطبيعي أن موقع المحال يعتبر من أهم المسائل ، فمن الخير دائما أن يكون في منطقة يتردد عليها الناس كثيرا ، سواء أكلن ذلك يعنى وجوده على شارع رئيسى فى حى التجارة أو الاستبضاع ، أم قريبا من إحدى الجامعات ، أم (فى بعض الدول) فى موضع طيب فى السوق الرئيسى للبلدة .

أن القرب من دور السينما والملاهى والمحال التجارية وغيرها من مراكز التجمع الطبيعية يمكن أن يكون مفيدا فى كثير من الأحيان . ولكن مجرد الحشود الحاشدة فى مكان ما ، ليس بالضرورة دليلا على المكان الملائم أو المناسب فى هذا الصدد ، فانه إذا كانت هذه الجمهرة ذات قوة شرائية محدودة ، أو كانت من النوع الذى لا يحفل بالكتب ولا يهتم بها ، فإن الأعداد فى ذاتها لن تكون ذات نفع أو جدوى .

الإيجار : ثمة قاعدة عن مقدار الإيجار الذى يدفع ، وقد استعملت فى بعض الدول ، خليقة بأن نضعها نصب أعيننا ، وإن كانت يقينا ، غير قابلة للتطبيق فى كل مكان .

فلقد ارتأى بعض دارسى بيع الكتب أن الإيجار السنوى ينبغى ألا يتجاوز ستة فى المئة من الحجم السنوى للمبيعات . وفى المثال المذكور. آتفا ، حيث يكون المتوقع من البيع السنوى هو ثلاثين ألف جنيه ، فإن الإيجار وفق هذه القاعدة ينبغى ألا يزيد عن ١٨٠٠ جنيه فى السنة أو ١٥٠ جنيها فى الشهر .

الحجم والشكل والتنظيم : أنه لا مراء يكاد يكون من المحال أو غير الواقعى على الأقل تحديد مواصفات الحجم والشكل والتنظيم أو التخطيط لمحال بيع الكتب عموما ، ليس فقط بسبب الاختلاف فى الرأى بين بائعى الكتب ولكن أيضا لأن الأسلحة المثالية لن تتوافر فى كل مكان .

(ولقد أعدت مختلف اتحادات بلقى الكتب نماذج للتنظيم او التخطيط .
يمكن الاطلاع عليها او على نظائرها في كتيبات بلقى الكتب .وهى مفيدة على
الأخص عندما يشرع فى انشاء بناء جديد حتى يكون الحجم والشكل مناسبين
تماما للخطة الموضوعية) .

وعلى الرغم من أنه ليس فى الامكان ذكر قواعد عامة فى هذا الصدد ، الا
ان هناك اعتبارات هامة ينبغى ان تكون فى ذهننا ، إما ما كان حجم وشكل
المساحة الموجودة . ومن هذه الاعتبارات حتمية وجود غرفة لتخزين الكتب ،
ومن الأفضل ان تكون اقرب ما يمكن لدورة المياه ، اذا وجدت .

واذا كان السقف عاليا بدرجة كافية تتيح وجود شرفة او ما يسمى بالدور
المسروق (وهو طبقة فى بناء بين الطابقين العلوى والسفلى قليل الارتفاع) فان
ذلك خليق بأن يزيد من المساحة المستعملة . ولكن ينبغى اعطاء عناية خاصة
لمكان السلم المضى اليها ، ذلك ان وجود السلم فى الوسط يبتلع مساحة قيمة
يمكن ان تخصص للبيع فى الطابق الرئيسى ، ويحول دون رؤية الزبائن للمنظر
الكامل للمحل .

التوافذ : ان عدد ونوع النوافذ يتوقف على مساحة المحل المواجهة
للمشارع .

والاكتثار من النوافذ الى حد الغلو يصبح مشكلة بالقياس الى عدد الكتب
المطلوبة للمعرض ، ومقدار الوقت الذى يحتاج اليه بائع الكتب المشغول ، الذى
تتطلبه العناية بها على نحو موصول منجد . ثم ان كثرة النوافذ لا بد وان
تسلب المحل مساحة قيمة ثمينة من الجدران المطلوبة للرفوف وغيرها من
ضروب الاثاث الثابت .

وحيث ان النوافذ هى الاعلان الدائم للمحل ، فيجب ان تكون جذابة مغرية
لائمة للنظر بقدر الامكان . إما ضروب الاثاث الثابت فى النوافذ فيجب ان تكون
بسيطة وعملية ووظيفية . ان الغلو فى الزخرفة والتهاوليل البارزة خليق
بأن يصرف النظر عن الكتب المعروضة .

ينبغي تصميم نوافذ العرض وما يوضع فيها من أثاث أو بضاعة بحيث يسهل الوصول الى مساحة العرض من داخل المحل ، كما ينبغي أيضا أن يكون من السهل بلوغ النوافذ لتنظيفها وتنسيقها .

ويجب أن تنظف النوافذ من الداخل والخارج ، على السواء ، مرة كل اسبوع على الأقل .

الأثاث الثابت : ينبغي أن يكون المحل جذابا بقدر الإمكان ومزودا بضروب من الأثاث الثابت العملى الوظيفي ، وبأصواء تريح العين ، وزخارف بسيطة ، وتكييف هواء ، اذا كان ذلك ميسورا .

ولا مراء فى أن بائع الكتب قد يتوق الى كل هذه الأشياء الجميلة الجذابة البراقة ، ولكنه ، اذا كان لا يملك إلا رأس مال محدودا ، فمن الخطر أن يتفق عليها كل المال الذى تتطلبه . من الخير والأجدى أن تكون لديه بضاعة متنوعة ومنظمة تنظيما جيدا سيديدا بدلا من استهلاك رأس المال فى عتاد غالى الثمن وأثاث باهظ التكاليف وزخارف ترهقه من أمره عمرا .

ويمكن أن تصنع الرفوف والقوائم من الخشب أو المعدن ، أيهما أرخص ثمنا فى المنطقة المعينة . وينبغي أن تكون الرفوف على طول الجدران منخفضة بدرجة كافية تتيح للشخص ذى الطول المتوسط أن يصل الى الرف العلوى بدون استعمال السلم النقالى . وعندما تكون ثمة مساحة بين الرف العلوى والسقف ، فيمكن استعمالها لعرض الملصقات واللوحات الفنية وأغلفة الكتب الزاهية الألوان ، وغيرها من الأشياء المناسبة للعرض فى محل لبيع الكتب .

ينبغي عدم استعمالها للبضاعة الزائدة ، التى مكانها المخزن .

والرفوف القابلة للتعديل والتغيير يمكن ملائمتها لأحجام الكتب المختلفة وخصوصا المجلد « القواميس » والموسوعات والإطالس وغيرها من الأسفل ذات الأحجام غير المألوفة ، وهى ليست مشكلة عندما تستعمل « الرفوف » القابلة للتعديل المصنوعة من الصلب .

على أنه يجب تخطيط الرفوف الخشبية مقدما ، لكي تتلاءم مع الشروط
المعدنية والأدراج والقوائم التي سوف تقوم عليها .

وبسبب النتائج العظيم لكتب التوزيع الكبير والإيراد المتزايد من بيعها ،
فينبغي تخصيص مساحة سخية لوضعها وعرضها . والرفوف السلوكية أقل في
الثمن من الخشبية ، وإذا كانت عريضة جدا ، ففها سوف تبطل مقداراً
كبيراً من مساحة الأجنحة ، وإذا كانت عالية جداً ففها تسد المنظر الكامل
للحل وتخلق مواضع مسدودة غير ذى منفذ — ما الذا وأرضاه لسارقى
الكتب !

وكل الأثاث الثابت ينبغي أن يصمم ويخطط بكل دقة وعناية وحساب لتلائم
التغيرات بعد بنائه وثبتيته . ذلك أن التغيرات باهظة التكاليف .

ومن الوجهة المثالية ، فإن الحل ينبغي أن يكون مزوداً الى جانب الرفوف
ببعض الموائد لعرض المطبوعات الحديثة الجارية .

وينبغي أن تكون صغيرة الحجم بدرجة تسمح بنقلها بسهولة الى أنسب
الأمكان حيث يقضى لعابر السبيل أن يراها .

وإذا زويت المائدة برف تحتها فإن ذلك يعتبر ميزة من حيث رسوخها ومن
حيث إضافة مساحة لمزيد من البضاعة .

أما الأجنحة التي بين الأثاث الثابت والموائد والرفوف فينبغي أن تكون
واسعة بحيث تيسر ولوج كل أجزاء الحل للزبائن والموظفين .
أن مساحة الجناح ليست مساحة مبددة .

وينبغي وضع مائدة خاصة بلف الكتب وحزمها قريباً من المدخل لتتميز
بمساحة كبيرة لالة تسجيل النقود ، إذا كان الحل مزوداً بوحدة منها .

ومما يفرى الزبون وضع كتاب أو كتابين من أشد الكتب رواجاً في الموسم
على هذه المائدة ، لكي تلفت نظره في أثناء انتظاره لى وحزم الكتب التي
اشترأها .

والأضواء الساطعة في غلبة الضرورة من حيث نافذة العرض الى أبعد جزء من المحل ، حيث قد يطيب للزبون أن « يرى » في الكتب على سجيته .

وانه لاقتصاد زائف ، أن يوفر المحل في الاضاءة .

ومن المعلوم أن أنوار الفلورسنت أكثر كلفة في الانشاء ولكنها أقل نفقة في الكهرباء ، ومن ثم فهي أرخص في المدى الطويل .

تموين المحل

ان العتاد المادى والأثاث والأجهزة والأدوات التى وصفناها في السياق السابق، لها أهميتها ، ولكن الشيء الوحيد الجوهرى حقاً في أى محل لبيع الكتب هو بضاعته من الكتب . وشراء المؤونة الاولى من الكتب ليس سوى بداية لما سيصبح أكثر النواحي الحاحا ومطلباً في عمل بائع الكتب .

هذه مسألة لا يستطيع أن يتهاون في أمرها لحظة واحدة .

وقبل أن ينفق بائع الكتب أى مال ، فيجب أن تكون لديه فكرة واضحة سليمة من أنواع الكتب التى سيطلبها لتوافق سوقه .

ولزام عليه أن يعرف احتياجات موقعه ، وأن يلم بالمبا واعيا بالأنواع المحتكرة الخاصة التى يتجر فيها منافسوه في الجيرة ، وأن يدرس ما يراه من وجهة نظره عيوباً فيهم أو مثالب أو نواحي نقص في عملهم بحيث يسد هو هذه الثغرات فيخلع على محله طابعا مميزا .

ويجب عليه أيضا أن يكون في مستطاعه الاعتماد على معرفته الخاصة بموضوعات معينة بالذات ، وبالأزيائن المأمولين الذين يرى أنهم سوف يهتمون بكتب هذه الموضوعات فيقبلون على شرائها .

وابتغاء التوفيق في تموين المحل بالكتب ، وكذلك عمل طلبات خاصة لزيائن يريون شيئا ليس موجودا على الفور ، فان بائع الكتب يجب أن يتعلم كيف يستعمل « العدد » الأساسية لحرفته — وأهمها نشرات الناشرين وكتالوجاتهم،

وقوائم مراجع الكتب المطبوعة (إذا وجدت باللغات التي يتعامل في كتبها وغيرها من الوسائل والفهارس المعنية في هذا الصدد .

وإذا كان المحل يتعامل في الكتب المستوردة باللغات الأجنبية بالإضافة إلى الكتب المطبوعة محليا باللغة القومية ، فإن ذلك مما يزيد عبئا اضافيا على عاتق بائع الكتب في عمله ، إذ يتعين عليه أن يعرف كيف يطلب شراء الكتب من الخارج وكيف يحصل على العملة الأجنبية اللازمة لمشترياته ، وكيف يتولى إجراءات التخلص من الجمارك ، وهلم جرا .

والشراء ممكن أن يتم بطريقة مباشرة من الناشر أو بواسطة وسيط أو بائع جملة ، وبالنسبة للمحل الصغير ، فمن الأوفق أن تكون معظم الكتب المشتراة من بائع الجملة حتى ولو كان التخفيض في الثمن بالجملة أقل مما يسمح به الناشر . وهذا الفرق في نسبة التخفيض يمكن تعويضه بتوفير الوقت والمال بالشراء من عمول واحد .

إن فائدة كتابة طلب واحد ، وتسلم شحنة واحدة ، ومراجعة قائمة حساب (فاتورة) واحدة ، ودفع الثمن بشيك واحد ، واضحة بذاتها ، لا مرأ .

وينبغي أن يتسم كل الشراء بطابع الهوينى والحذر . والقاعدة المفيدة هي : اشتر على مهل ثم أعد الطلب بمدنك بسرعة . فليس ثمة شيء أحب إلى الناشر من إعادة الطلب . ثم إن بائع الكتب ستكون بضاعته أكثر طلاوة « طراجة » وجدة ، وفي نفس الوقت تنكمش قائمة الجرد عنده إلى الحد الأدنى .

وقد ينفد من عنده كتاب معين لمدة يوم أو يومين ، ولكن من الخير أن يفقد بيع نسخة بدلا من أن يتبقى لديه كمية باثرة بمد زوال الاتبال على الكتاب .

عرض البضاعة

ينبغي عرض كل أنواع الكتب الموجودة على رفوف مفتوحة ، ودواليب مفتوحة ، وموائد ظاهرة في متناول الناس . وفيما عدا بعض الكتب النادرة.

فلا ينبغي اخفاء أى شيء عن الزبون • وينبغي أن يسمح له بتناول أى كتاب وتصفحه .

ومن الاوفى ثلاثى المناضد الطويلة او الموائد الطويلة القريبة من المدخل والتي قد تكون بمثابة دريئة أو صادة أو مانعة . ان الناس لا يحبون القفز فوق الحواجز كما ينبغي أن يكون المدخل واسعا فسيحا بقدر ما تسمح به المساحة • ان المدخل الواسع القسيح انما يشبه علامة « ترحيب » ، وهو رمز يعبر عن أن المحل وصاحبه وموظفيه واسفاره تقول للقارىء « هيت لك » .

رقابة وضبط البضاعة

ان رقابة وضبط البضاعة موضوع هام جدير بانتباه بائع الكتب ، ليس فقط من أجل حسن الادارة والتدبير ، ولكن ايضا لأن ذلك خليق بأن يحدث فرقا فى مقدار تجارته وأرباح المحل •

فاذا حدث أن محل بيع كتب نفذ ما لديه من كتاب من أروج الكتب ، بسبب سوء الضبط والتدبير ، فإن ذلك معناه خسارة لا مبرور لها .

ومن جهة أخرى ، اذا أفرط البائع فى إعادة طلب مزيد من النسخ لانه لا يعرف عدد ما باعه ، ولا يدري شيئا عن حركة رواج الكتب منذ عهد قريب فإنه سوف يشغل مقدارا من رأس المال بلا لزوم ، وربما يؤدي ذلك الى الجوار والخسارة التى لا سبيل الى تعويضها •

وثمة أنواع مختلفة كثيرة من رقابة وضبط وتدبير البضاعة .

ويجب ان تكون الطريقة بسيطة وسهلة الاداء لان عدد عناوين الكتب المختلفة وقيمة كل كتاب على حدة تعتبر صغيرة نسبيا .

والكتيبات الخاصة ببيع الكتب تبين بعض الطرق المستعملة غالبا فى هذا الصدد .

والغرض هو حفظ سجل (عادة ما يكون على شكل بطاقة واحدة لكل

كتب ، وتكون البطاقات معنونة باسم المؤلف (يبين الثمن وتواريخ طلبيات
الكتاب . وعدد النسخ المطلوبة في كل « طلبية » . ثم بعد ذلك ، وهذا أمر
يتوقف على النظام المتبع ،يراجع المدير المبيعات ، ربما في نهاية كل شهر
إذا تيسر ، وينظر في البطاقات ليرى تاريخ حالة الكتب المعين وخط سيره ،
ثم يرسل في طلب المزيد من الكتب من الناشر .

وثمة طريقة مفيدة ، وإن كانت غير رسمية تستعمل في كثير من المحلات،
وتتلخص في وضع سجل على مكتب الصراف يقيد فيه الموظف أسماء
الكتب التي يبيعها. وفي وسع المدير أن يستعمل هذه القائمة في مراجعة عدد الكتب
على الأرفف ، ويستعين بها في تقرير أى من الكتب يحتاج الى إعادة طلب بعد
التثبت من بطاقات حصر المخزون لمعرفة مدى رواج الكتب في الآونة الأخيرة .

الجرد السنوى

ثمة جرد سنوى يتم في نهاية كل سنة مالية . وعادة ما يتحدد الأجل
المسمى للجرد بمساء آخر يوم من السنة المالية عندما يغلق المحل بالنسبة
للزبائن حتى يتم هذا العمل دون مقاطعة .

وكل هيئة الموظفين — قسم البيع والإدارة والمكتب والتسلم والشحن
ملزمون بهذا العمل الذى لا مفر منه .

ويقسم الموظفون الى فرق ، كل فريق من عضوين أحدهما يقرأ الكميات
والاثنان ، والاخر يضع علامات على الأرقام المدونة في قوائم الجرد التى تعد
خصيصا لذلك مقما .

وكل قسم ، ومائدة ، وصوان « دولاب » ، ورف ، ترقم برقم متسلسل ، ثم
توضع قائمة الجرد حاملة نفس الرقم مثبتة فوق كل وحدة من هذه الوحدات .

والمخلات التى تثبت فى قوائم الجرد هذه إنما تتم بتحديد عدد النسخ وثمان
البيع بالتجزئة لكل كتاب فحسب ، وليس بعنوان الكتاب . ذلك أن طريقة

«العنوان في الجرد ، أصبحت نمسيا منسيا في الولايات المتحدة الأمريكية منذ زهاء نصف قرن عندما وجد أن طريقة الكمية والثن سهلة ومجدية ، وتملى صورة كاملة للقيمة الحقيقية للكمية بعد خصم نسبة متوسطة من سعر التجزئة الاجمالي .

وعندما يتم تسجيل الجرد ، تبوب القوائم وتحسب لمعرفة القيمة الاجمالية للقطاعي ، ثم يحسب متوسط الخصم بالنسبة للبضاعة كلها ، وهذه تخصم من المجموع الكلي . والباقي هو القيمة التقديرية للبضاعة في المحل في نهاية السنة المالية .

ومرة كل سنة تقريبا ، فمن الأوفق عمل فرصة « أوكلزيون » (تصفية للبضاعة القديمة) بأسعار مخفضة تخفيضاً كبيراً وخصوصاً للكتب الكاسدة . وهذا كفيلاً بأن يفيد المحل من وجوه عديدة ، فهو يخلص الرفوف من البضاعة الميتة ويخلي مكانها لكتب جديدة ونسخ طازجة وعناوين ما ظهر حديثاً مما يسمى « كتب الساعة » أو كتب اليوم التي لا يكتب الناس عن طلبها في ابانها وكانها خبزههم اليومي ، ولذلك فهي تسمى كتب « الخبز والزبد » .

وشمة فائدة أخرى للتصفية وهي أنها تحول البضاعة الميتة البائرة الى نقود قابلة . وهي خليقة بأن تجلب للمحل زبائن جدداً ممن لا يقبلون على شراء الكتب الا في مناسبات التصفية وبالأثمان المخفضة .

وخير وقت لمناسبة التصفية هو قبل جرد البضاعة في نهاية السنة المالية .

الترويج

إن بائع الكتب الناجح لا يقنع في عقر محله فحسب ، منتظراً ونحو الزبائن تلج دأره .

وانها يبذل تصارى جهده وكل ما في وسعه لكي يجلبهم اليه . وفي الدول التي يتيسر فيها الاعلان بالبريد المباشر ، فإن « قائمة بريد » بائع الكتب تعتبر

من أكثر الوسائل خفية وفعالية . وفى وسعه ان يستعمل التشرات التى يصدرها الناشرون (والتى سبق شرحها فى الفصل التاسع) . وفى وسعه أن يصدر بيانات خاصة مطبوعة أو منسوخة على الآلة الكاتبة من لذه . وفى وسعه ايضا أن يقيم سبيل الاعلان فى الصحف أو المجلات ، خصوصا اذا كان هناك تنظيم أو تدبير تعاونى كما سبقت الإشارة الى ذلك فى سياق سابق ، حيث يلتزم الناشرون بحمل جزء من النفقة .

ومن نافلة القول ، أن مدير المحل يقيظ التشيط ومن عنده من خير الموظفين وكفأهم ، يتعين عليهم أن يعرفوا الاهتمامات الخاصة بزيائهم ويحيطوهم علما أولا فاولا بما يرد اليهم من كتب جديدة فى ميادينهم المختلفة . وهذه الطريقة ذات الطابع الشخصى فى صلة المحل بزيائته تستنفذ كثيرا من الوقت والجهد بلاشك ، ولكنها من أحسن الطرق وأجداها فى خلق ولاء وإخلاص ووشائج ودية فى الزبائن الطيبين .

وفى التحليل النهائى ، آخر الأمر ، فإن أهم ترويج فعال هو عرض الكتب فى النوافذ لجذب الزبائن وجذب رجلهم داخل المحل ، وفى الأصونة « الدواليب » وعلى الرفوف والموائد داخل المحل لتقيد أبصارهم وتثير شغفهم وتحضهم على الشراء اذا ما ولجوا أبواب المحل وأصبحوا فى داخله .

للمناهر الجوهرية للمحل الجيد لبيع الكتب

إن أهم الخصائص المميزة لمحل جيد لبيع الكتب ، يمكن سردها فيما يلى :

- ١ - موقع طيب يسهل الوصول اليه .
- ٢ - نوافذ نظيفة جذابة ذات أضواء جيدة .
- ٣ - أثاث عملى وظيفى ولكن جذاب فى نفس الوقت .
- ٤ - كتب متنوعة منسقة تحوى كل طريف وتالد على غرار من كل بستان زهرة ، تتنظف يوميا .

٥ - تنظيم نكى للبضاعة ، بحيث يتسنى للموظفين والزبائن تناول الكتب بسهولة .

٦ - هيئة موظفين مدربين احسن تدريب ، يأخذون أجورا كافية ابتغاء ثبات واستقرار الموظف وعشقه لعمله وتقنيته واخلاصه في أدائه ، الأمر الذى يؤدى الى خفض عملية استبدال الموظفين بغيرهم الى الحد الأدنى .

٧ - الذوق والادب حيال الزبائن .

٨ - الترحيب الحار بأولئك الذين لا يريدون سوى « مجرد القاء نظرة » مع وضع لافتة فى نافذة العرض تقول « تفضل بالدخول لتجوس خلال الدار وترعى كما تشاء » .

٩ - ساعات محددة لوقت العمل مع لافتة فى مخذل المحل عليها بيان بوقت فتح وغلق المحل .

١٠ - القدرة على استعمال الأدوات والوسائل المعيارية لباتعى الكتب : الكتالوجات ، والفهارس وقوائم المراجع ، الخ .

١١ - الإلمام بالاهتمامات الخاصة لزبائن المحل او على الأقل لفئات خاصة منهم ممن يعتبرون زبائن طبييين .

١٢ - العضوية فى أحد اتحادات باتعى الكتب — او الأخذ بزمم المبادرة فى المساعدة على تنظيم وانشاء اتحاد اذا لم يوجد أحدهما أو نظيره .

التدريب الخاص بصناعة الكتب

ان لفظ « تدريب » يستعمل عادة للدلالة على تعليم المهارات اللازمة لاداء مناشط محددة معينة مثل عملية خراطة الخشب أو المعدن ، أو صنع اللحام ، أو الطهو ، أو النسخ على الآلة الكاتبة . ولكننا هنا نستعمل اللفظ في معنى أوسع وأعم وأشمل ليعنى تزويد الفرد :

أ - بمعرفة مهنية .

ب - بالمهارات المتخصصة .

ج - وبما يماثل أ و ب في الأهمية ، وهو بالثقة المطلوبة لاداء مناشط معينة على الوجه الأكمل .

ومن ثم ، فمبوجب هذا التعريف ، فان التدريب يشمل :

أ - التدريب الاساسي للمبتدئ ، اما قبل الوظيفة واما كتلميذ صنعة عند صانع أو محترف .

ب - تدريب أكاديمي أو مهني رسمي (ان الطباعة وادارة مؤسسات الطباعة تعتمد بصفة خاصة على مثل هذه البرامج) .

ج - حلقات تدريب وبحوث - غير أكاديمية ، وورش تدريب ، ومؤتمرات ، عادة ما تخصص للأشخاص الذين زاولوا مهنة نشر الكتاب أو الطباعة لفترة .

٤ - طائفة من الناشط غير الرسمية ، الثقافية ، التي يبادر اليها الفرد من تلقاء نفسه . ويمكن سرد قائمة طويلة بهذه الناشط ، ولكن عددا قليلا من الأمثلة يكفي في هذا الصدد .

قراءة الكتب والمجلات المهنية.

الانضمام الى ، او المساعدة في انشاء نواد غير رسمية ، او اتحادات تضم اشخاصا ذوي اهتمامات ومصالح مهنية مشتركة لتبادل الافكار ومناقشة المشكلات المشتركة ، والالام بأعمال وشتون كل فروع صناعة الكتاب ودراستها من كتب . وعلى سبيل المثال بالنسبة لهذا النشاط الأخير فان محررا ما ، عن طريق زيارته المتكررة لمحال الكتب المحلية ، يستطيع ان يلاحظ امورا كثيرة تنفيده بطريقة غير مباشرة . وكذلك الأهر بالقياس الى غشيقته لدور الطباعة من حين لآخر ، فانها كذلك ، خليفة بأن تزيد من خبرته وتثري معلوماته .

ان التدريب والمرانة والتعرض بكل هذه الأنواع يلعب دورا في صناعات الكتاب للدول النامية ، وسوف نزيد هذا الأمر بيانا وايضاحا في السياق التالي .

على أن النقطة الهامة هي أن التدريب ، بالنسبة لكل نواحي صناعة الكتاب ، يجب ألا يحسب على أنه برنامج تدريب ينتهي برخصة أو شهادة تخول لصاحبها مزاوله التحرير ، أو تصميم الكتب ، أو بيع الكتب ، ذلك ان صناعة الكتاب ، اذا نهجت في معناها الواسع شمولاً واحاطة ، فانها ، بلا نزاع ولا مرأ ، كل الناشط غير الرسمية المذكورة في رقم (٤) مقترنة مع الخبرة التي علمت اي ناشر ناجح او مصمم او بائع كتب في اي بلد تقدم في هذا المضمار ، ما لم يعلم .

هدف رئيسي

لقد فكرنا في مستهل هذا الفصل الأهداف الرئيسية للتدريب في صناعة الكتاب وهي :

(أ) المعرفة المهنية .

(ب) المهارات .

(جـ) الثقة .

ولعل الثقة ، من بينها جميعا ، هي أعظمها أهمية .

إن المقامر أو المخامر ، لن يصبح بالضرورة ناشرا ناجحا ، ولكن الناشئ لكى ينجح يجب أن يكون على شيء يسير من روح المقامر أو المخامر .

ويكون المعرفة المهنية والمهارات ، فإن الثقة تصبح تهورا غير مأمون العاقبة ، ولكن ما لم يكتسب المرء الثقة بالاضافة الى المعرفة المهنية والمهارات المتخصصة ، فإن التدريب لابد وأن ينتهى الى الاخفاق واليوار لا محالة .

ومسألة الثقة هذه ، ذات مساس خاص له أهميته وخطره بالقياس الى أهل صناعة الكتاب فى الدول النامية .

نلك أن الناشر ، أو المحرر أو بائع الكتاب فى أمريكا أو أوروبا يعمل فى نطاق تقاليد راسخة على نحو ما . وقد يكون مجتدا ، ولكن تجديداته نادرا فقط ، ما تكون ثورية . أما فى النولة النامية فإن الناشر الجديد ، أو المحرر أو صاحب محل بيع الكتب ، هو غالبا فى « أرض بلا خارطة » . وتكاد تكون كل ناحية من نواحي عمله تلمس موضعا لقمته — تحسسا وجسا لركيزة عليه أن يقدر لرجله قبل الخطو موضعها ، أو ربما تكون ضد تقاليد ما أو عرف ما أو سنة من سنن القوم لا يستطيع لها بدिला الا بشق النفس .

اعتبر ، مثلا ، المؤلف الذى فرغ من كتابة مخطوطه .

فاذا كان مؤلفا أوريبيا أو أمريكيا ، فأكبر الظن أنه كان متصلا فى مرحلة مبكرة مع أحد محررى إحدى دور النشر ، شجعه على كتابة المخطوط . ولعله فملا قد تماقد على كتابة المخطوط .

ولكن حتى اذا كان قد أعد المخطوط من تلقاء نفسه ، فيكاد يكون ضرباً من المحال أن يذهب الى طباع يحول له المخطوط الى كتاب ثم يحاول تسويق الكتاب بنفسه .

ومهما يكن مقتنماً بقيمة مخطوطه ، فهو يعرف أن قبول ناشر لمخطوطه (وهذا يعنى أن خبيراً متخصصاً قد قرر أن المخطوط جيد بدرجة كافية تسوغ المغامرة بماله الخاص في طبعه ونشره) علامة لازمة على تقبل جمهور القراء لمؤلفه . وهو يتوقع من المحرر التابع للناشر أن يساعده على تحسين مخطوطه وتجويده .

وقد لا يكون علماً المأما وثيقاً بإجراءات النشر ، ولكنه على وعى بوجود مصممي الكتب ومدرك بأن اسهامهم خليق بتزكية بيع كتابه والدفع به قديماً .

وليس ثمة ما يدعوه الى سوء الظن بالناشر على الاطلاق ، فكل الدلالات تؤمى الى أنه لن يكون الا فى غاية الامانة والقسط فى الوفاء بحقوق التأليف وحساب عدد الكتب التى ستطرح للبيع .

وطبعاً ، قد لا يتسنى له ملازمة الناشر فى كل خطوة ورؤية كل ما يفعله بعينه فى كل امر ، ولكنه ، بصفة عامة ، يتقبل هذه الحقيقة الأساسية : أن مهارة الناشر وموظفيه كفيلة بأن تزوده بعدد أكبر من القراء ، فتوسع دائرة قراءة كتابه ، ومن ثم تزيد من عائده عليه ، حتى اذا نال الناشر من وراء ذلك بعض الربح أيضاً ، أكثر مما هو فى مستطاعه اذا أخذ المخطوط بنفسه الى الطابع وتولى هو بنفسه عمل الناشر .

ومن جهة أخرى ، فالذى يحدث فى بعض الدول النامية ، أن الميل الطبيعى للمؤلف ، فى غياب صناعة للنشر ذات تقاليد راسخة ، يدفعه الى أخذ مخطوطه للطباع ، ويتولى هو بنفسه عمل الناشر ، ويصبح هو « ناشر » نفسه . ولعله يعتبر الموجودين من الناشرين مجرد « وسطاء » .

واذا قرر فعلا الذهاب الى ناشر ما ، فعمله يتساعل عن حق الناشر في تحرير المخطوط او التدخل فيه بأى حال من الأحوال .

ان افتقاره الى الثقة في مقدرة الناشر على الحصول على أوسع سوق ممكن لكتابه ، وفي أمانته في حساب عد النسخ المبيعة ، ربما تدفعه الى ايثار تسلم مبلغ أجمالى مقدما لقاء مؤلفه ، دفعة واحدة (ومن ثم ينيخ بكله على رأس مال الناشر المحدود) بدلا من الماهرة باتاحة الفرصة لنفسه لأخذ دخل اكبر على فترة من السنوات لقاء حقوق التأليف والبيع على أقساط .

ان خرق التقاليد القديمة والنفاذ الى تقاليد جيدة يتطلب الثقة — مقدارا كبيرا من الثقة .

ومن ثم ، يلزم توكيد عنصر الثقة باعتبار انه ، يقينا ، الهدف الاولى للتدريب .

التدريب فى الدول المتقدمة

بصفة عامة ، يمكن القول بأن التدريب فى الدول ذات صناعة الكتاب الراسخة طويلا ، يتولى أمر نفسه .

وفيما عدا الميدان المتخصص للطباعة ، حيث يتطلب تدريباً مهنيا منظما دقيقا قبل الاستخدام ، وكذلك ادارة دور الطبع التى تتطلب برنامج تدريب واسع النطاق ، وطويل الأجل بعد مرحلة التعليم الثانوى ، فليس ثمة برامج اكاديمية شاملة معترف بها او لازمة تعد الفرد الى دخول مهنة نشر الكتب على غرار ما تعد مدرسة الصحافة الفرد لدخول عالم الصحافة .

وغنى عن القول أن هناك مقررات دراسية فى التحرير وغيره من نواحي النشر تعطى فى المعاهد الاكاديمية وكثير من مدارس الفنون تشمل مقررات فى تصميم الكتب والرسوم والزخرفة ضمن برامجها .

وفى الولايات المتحدة الامريكية توجد برامج قصيرة المدى تقدمها كليات معينة ، خصوصا فى بوسطن ونيويورك تعالج اجراءات النشر .

ان أى شاب أو شابة تواق الى دخول ميدان من ميادين النشر ، وقد أتم واحدا من هذه البرامج ، تكون له ميزة خاصة بدون شك عند البحث عن وظيفة ترجح كفته ، ولكن انما مقرر من هذا النوع ليس شرطا عاما لازما للتوظيف لدى الناشر .

لقد بادرت المعاهد التربوية من تلقاء نفسها الى انشاء مثل هذه المقررات والبرامج ، ولم تكن صناعة الكتاب نفسها هى التى أخذت بزمام المبادرة فى هذا الصدد .

وتقليديا ، لم تنتظر الاتحادات التجازية الى التدريب على انه اهتمام رئيسى يتبع على عاتقها ، والناشرون كأفراد ، وخصوصا فى أمريكا ، لم يشعروا بالحاجة الى الاسهام فى التدريب العام الذى تمعده الصناعة وتدعمه .

وثمة استثناء جدير بالذكر ، مما سبق ، وهو مدرسة بائعى الكتب فى فرانكفورت على الماين ، وهى مدرسة يمولها ويمعدها اتحاد بائعى الكتب الالمانيين وولاية هيسى مشتركين .

وهذه المدرسة تعطى برنالجا شاملا لمدة سبعة أسابيع فى بيع الكتب ، يتكرر حوالى ست مرات كل عام . وفى كل عام تخرج المدرسة عديدا من مئات الشباب الالماني المؤهلين مهنيا لدخول حرفة تجارة الكتاب بالقطاعى .

ولكن اذا تركنا مثل هذه الاستثناءات جانبا ، فان التدريب فى نشر الكتاب كان دائما تقليديا ، مسألة تعلم بالعمل والممارسة .

فالمرء يحصل على وظيفة فى النشر ، ربما كمساعد فى شئون التحرير ، أو كبائع أو مصمم ، أو وظيفة فى مستودع كتب كموظف مبتدئ ، ثم بالعمل مع أعضاء هيئة الموظفين الأكثر خبرة ودراية يقضى مدة تمرين «تلميد الصنعة» ، وهى مدة قد تنظم على نحو رسمى جدا ، أو قد لا تتخذ أية صيغة رسمية أو شكلية . وحيث أن الطريقة تتوقف على الخبرة وتعلم « سر المهنة » ، فان

المبتدئ عادة يريد أن يتعلم كل ما في وسعه ليس فقط عن وظيفته المعينة ، ولكن عن عملية تجارة الكتاب شمولاً وإحاطة .

وفي السنوات الأخيرة ، على الأثر في الولايات المتحدة الأمريكية ، أصبحت « برامج تمرين تلاميذ الصنعة » هذه ، أكثر تنظيماً رسمياً في عدد من دور النشر .

و بمجرد أن ينال الموظف شيئاً من الخبرة ، وينتقل الى مركز مسئولية أكبر ، فهناك فرص متاحة أمامه لمزيد من التدريب .

فإذا كانت المعاهد التدريبية المحلية تعطي مقررات مسلسلة في أية ناحية من نواحي النشر ، فقد يهرع الى الانخراط في سلوكها من تلقاء نفسه . وسوف يقرأ مجلات صناعة الكتاب ، وقد يحضر حلقات البحث والتدريب المهنية التي تقام تحت رعاية وإشراف الاتحادات المهنية والحرفية . ولكن لعل الأهم من ذلك كله ، هو اتصالاته بنظرائه في الدور الأخرى والمؤسسات ، وهي خليقة بأن تزيد من معرفته والمأه بكيفية أداء كل شيء عموماً في شتى أنحاء الصناعة . ومع كل ذلك يأتي الإحساس بالمهنة والالتقاء إليها ، وهذا لا يزيد عن كونه طريقة أخرى للقول بأنه قد اكتسب الثقة .

التدريب في الدول النامية

والآن فلننظر في مشكلة التدريب في صناعة الكتاب في الدول النامية ، حيث الوضع قد يكون جد مختلف .

وفي كثير من الدول النامية يوجد أفراد لديهم رأس المال والرغبة لولوج ميدان النشر ، ويتعين عليهم أن يقفوا قفزة فجائية في نشر الكتاب .

وقد لا تكون ثمة دور نشر موجودة ، أو محال كتب كبيرة يمكن فيها الحصول على الخبرة . وربما لا تكون هناك مقررات جامعية تقدم للمرء هذه الخدمة .

وربما لا يكون ثمة اتحاد حرفى قادر على مد يد العون أو التزويد بالمعلومات من أى نوع . وقد تكون النشرات الدورية الخاصة بصناعة الكتاب إما غير موجودة أو عسيرة المثال أولا تعالج سوى النشر والطباعة فى الدول المتقدمة .

لنفرض أن شخصا من هذه الفئة التى لديها رأس المال والرغبة فى ونوج ميدان النشر ، أقدم غير هياب ولا وجل ودخل ميدان نشر الكتاب . أنه سرعان ما يحتاج الى تكوين هيئة موظفين . ولكن نظرا لأن بلده يفتقر الى صناعة كتاب كاملة ، فلن يجد مددا من المحررين ذوى الخبرة والمصممين ذوى الدراية والتخصص .

لذلك يتعين عليه أن يديرهم بنفسه ، فتلك ضريبة لازب .

ولقد ذكرنا فى السياق السابق أن التدريب فى الدول المتقدمة ، يقولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما . ولم يكن أبدا مشكلة كبيرة لدرجة تتطلب انتباه الصناعة أو الحكومة .

وليست هذه هى الحال فى معظم الدول النامية .

فاذا أرادت هذه الدول أن تنمى صناعات كتاب قوية ناشطة ، دون أن تقطع الشوط التاريخى الطويل الذى قطعته الدول المتقدمة فى هذا المضمار طورا بعد طور ، فإن التدريب على كل المستويات ، ولكن بصفة أخص على المستوى الإدارى ، أمر حتمى بالغ منتهى البقعة .

والى حد ما ، يمكن تنظيم التدريب وتجديره فى بلد ذى صناعة كتب أكثر نموا وإطرادا .

ولكن مثل هذا التدريب لا يمكن أن يبدأ لملاقاة الحاجات الكلية برمتها .

لذلك يجب خلق الفرص التدريبية المحلية لبناء هيئة الناس المزودين بالمعرفة المهنية المتخصصة اللازمة والمهارات والقدرات والثقة لكى يمضوا قدما فى هذا المضمار .

كيف يمكن أحرار ذلك ؟

بطرق كثيرة طبعا .

والقائمة التالية تشير الى بعض الوسائل المستعملة في عدد قليل من الدول :

١ - ينبغي اقناع مدارس الصحافة بأن تضم برامج ومقررات في نشر الكتاب . ان العلاقة بين الكتب والصحف ، أكثر قربا على نحو وثيق في الدول النامية منها في الدول المتقدمة . ان كثيرا من الصحف في الدول النامية ، وقد قطنت الى ان مطابعها ليست مشغولة سوى ساعات قليلة في اليوم ، تستعمل « وقت الجزر » أو انحسار الموجة عن هذه المطابع في انتاج الكتب . بل ان عددا لا يستهان به من ناشري الصحف أصبحوا ناشري كتب أيضا .

ولعل المستقبل يرى هذه الظاهرة مكررة في كثير من الدول . وهي ظاهرة يمكن الفخ بها قدما والتعجيل بها بمساعدة مدارس الصحافة .

٢ - ينبغي ان تنظم حلقات البحث القومية والاقليمية وبرامج التدريب على أساس متواتر دوريا . ومن الوجهة المثالية ، فان المنظمين يجب أن يكونوا أعضاء اتحاد الناشرين المحلي ، اذا وجد احدها . ولكن قلما يكون هناك اتحاد ناشرين لديه القدرة على الاضطلاع بهذا العبء بدون معونة ، مالية وتنظيمية على السواء .

ان المعونة الحكومية (بواسطة وزارة التربية أو وزارة الثقافة) تبدو منطقية ، ولكنها نادرا ما تأتي . ومن ثم فلابد من توافر مقدار كبير من النشاط التنظيمي وراء هذه الحلقات والمؤتمرات والبرامج اذا اريد لها ان تنلح وتؤتي اكلها .

ومن ثم ، فقد تم تنفيذها عادة بمعونة فنية اجنبية أو دولية - بيد انه ، كلما سارعت الدول النامية في تدبير هذه المناشط تحت الاشراف المحلي ورعايته ، بدلا من ان تكون المبادرة تحت المعونة الفنية الاجنبية ، كان ذلك خيرا .

وجدير بالاضافة في هذا السياق ، انه علاوة على التعليم الفعلي الذي يحدث في حلقات التدريب العملي كهذه ، فهناك حصيلتان فرعيتان هامتان متولدتان منها : فهي تؤدي غرضي انماء الاحساس بالمهنة في المشتركين ، وفي نفس

الوقت مع تغطية الصحافة لأخبارها ومناقشتها وما يدور فيها من قول وعمل،
فإنها تصنع صناعة النشر في بؤرة وعي الجمهور .

٢ - ثمة حاجة لاثراء وتعلمية مستوى معاهد تدريب الفنون الجميلة (فنون
الرسم والتخطيط والنقش والحفر) ومدارس التدريب المهني في الطباعة .

ان عددا من الدول اليوم تنشئ مراكز تدريب الفنون الجميلة . وينبغي أن
تشمل مناهج هذه المراكز تصميم الكتب والانتاج .

على أنه يجب أن نذكر صراحة ، ان هذه التطورات لن تحدث ببساطة
المبادرة الحكومية على الأرجح ، وان كانت المساعدة الحكومية مطلوبة لها .
ان المبادرة ينبغي ان تنبثق من الناشئين المحليين والطباعين وبإمكاني الكتب
الذين يعملون في تعاون .

التدريب في الخارج

ففي من القول أن أي نظام يثبت أنه عملي في بلد ما ، لن يعمل بالضرورة
في بلد آخر . فثمة فروق واختلافات جوهرية بين صناعات الكتب في مختلف
الدول .

بيد أنه في نفس الوقت ، ثمة عناصر مشتركة عامة تقوم عليها أية صناعة
ناجحة للكتاب :

١ - الإدارة الكفء القائمة على الحساب السليم (دور النشر ، ومحال
الكتب ودور الطباعة) .

٢ - الإجراءات التي قد تتفاوت أو تختلف من دار لأخرى أو مؤسسة
لأخرى ، ولكنها معيارية على نحو ما وكفيلة بالانتاج السريع للكتاب مع الجودة
والكفاية .

٣ - الفكر المتخيل والاقتماد في انشاء وتكليف المخطوطات ، وإيصال الكتب
للقراء ، والبحث عن وسائل توسيع ونمو سوق الكتاب .

٤ - الاتحادات الحرفية التي تزدى الوظائف وتجري البحوث والدراسات وتنفذ المشروعات التي ليس في وسع أى ناشر بمفرده أن يأخذها على عاتقه .

٥ - « صورة للصناعة » تستقر في أذهان الناس وتقال احترامهم وتجذب الشباب الموهوب .

هذه هي المبادئ والاتجاهات الخاصة بصناعة كتاب متطورة ، التي يجوز تصديرها . وهي لا تعتمد على « مصنوعات معنوية » أو رأس مال متوسع .

وهذه المبادئ والاتجاهات واجدة طريقتها في هذه الآونة عن طريق تبادل الزيارات والدراسات التي يقوم بها الناشرون والطابعون ويأتمو الكتب من الدول النامية إلى الدول المتقدمة ، حيث يقفون بأنفسهم على كل ما يتصل بصناعة الكتب ويفيدون من خبرات غيرهم في هذا الصدد .

بيد أن عدد الأشخاص الذين تتاح لهم هذه الفرص قليل ، سواء لأسباب اقتصادية أم لغيرها من الأسباب ، بل أن عدد الذين يجتثون ثمر مثل هذه الخبرة على نحو مفيد فعال ، أقل .

والمقدرة على استيعاب الأفكار واتخاذها ليست عظمة تشتمل للناس أجمعين .

والزائر من إحدى الدول النامية الذي يتمثل رد فعله في أن يقول « ولكننا لا نستطيع أن نفعل ذلك في بلدنا » إنما يخطيء في الحكم ويجلبه التوفيق . فمن الجلي أن أكثر الناس صلاحية وأهلية للإفادة من خبرة التمرس لنشر الكتاب أو الطباعة في الدول المتقدمة ، لابد أن يكونوا من أصحاب :

١ - التعليم فوق المتوسط وسلامة الحكم .

ب - والخبرة في صناعة الكتاب في بلادهم .

ج - والمسئولية الكافية والمجال الكافي الذي يمكنهم من أحداث التغيير المنشود إذا كان التغيير ضروريا عندما يعودون إلى بلادهم .

ولعل من أكثر الميادين التي تزوفنا بأقوى حجة للتدريب في الدول الأجنبية
والإفادة من التطور السابق في هذا المضمار ، هو إدارة مؤسسات الطباعة •
ان الحاجة الى الإدارة السليمة للطباعة ، وعلى الأخص في القطاع العام ،
حاجة عظيمة في دول كثيرة •

وقد استثمرت الحكومات — ولا تزال تستثمر — نقداً أجنبياً لا يستهان به في
عتاد الطباعة ، وأنه لمن الالتزام الأخلاقي القوي الذي يقع على عاتقها أن
تستيقن من أن هذا العتاد :

أ — يختار اختياراً سفيداً في محله •

ب — وأنه يعمل بأقصى طاقة تقنية ممكنة .

وإدارة الطباعة عمل فني متخصص الى درجة كبيرة •

ومهما يكن الشخص مؤهلاً وصالحاً كمدير ، إلا أنه يحتاج الى مهارة
تتجاوز قدرته الإدارية ، لكي يتمكن له إدارة مؤسسة للطباعة ، بكفاءة
وفلاح •

ولكي نختم هذا الفصل ، فلانحنا علينا من إيجاز النقاط الرئيسية :

١ — ان التدريب لمعظم الأعمال والوظائف الخاصة بصناعة الكتب ، وإنما
هو سبيل موصول ، وهو أوسع وأشمل وأعم بكثير من مجرد تعليم مهارات
معينة أو إجراءات خاصة •

٢ — في حين أن هذا التدريب يتولى أمر نفسه بنفسه ، على نحو ما في
الدول المتقدمة ، إلا أنه يجب أن تعطى له الأولوية بالدرجة الأولى في الدول
النامية •

٣ — ان المعونة الأجنبية لا يمكنها أن تؤدي إلا دوراً ثقيلاً صغيراً في
التدريب الخاص لصناعة الكتاب في الدول النامية . يجب أن يأتي الحافز أو
الدافع — أساساً — من الناشرين والطابعين ويأتمى الكتب المحظيين •

هذا الكتاب

سفير الحضارة ورسول الثقافة عبر بلاد العالم وعبر التاريخ وعبر الفنون والعلوم . على أوراقه وعلى حروفه الدقيقة قامت حضارات العالم واندفع الانسان يخترق الفضاء ليضع على القبر اقدامه .

وهذا الكتاب يتناول صناعة الكتاب والمستوى الذي يجب ان تسعى اليه . فهو يرى ان الكتاب يجب ان يتحرى المستوى المرتفع في أقصى درجات ارتفاعه في لغة بسيرة قريبة سائفة عند الناس جميعين . فالمؤلف يرى ان الفكرة المهيبة لا تؤدي وظيفتها ان لم تكن معروضة في أبسط الاشكال وأكثر يسرا فهي لا تستطیع ان تنتقل بين الأغلبية العظمى من الناس الا اذا كانت خفيفة رشيقة غير مثقلة بالصعوبات والتعقيدات .

ما هي مشكلات الكتاب وكيف تقف الحدود عقبة في سبيل انتشاره في كثير من الاحيان وكيف نتغلب على هذه المشكلات ... ستجد الإجابة على هذا جميعه بين دفتي هذا الكتاب .

انه كتاب لا بد ان يقرأ .



التمن

٦٥



0360430